

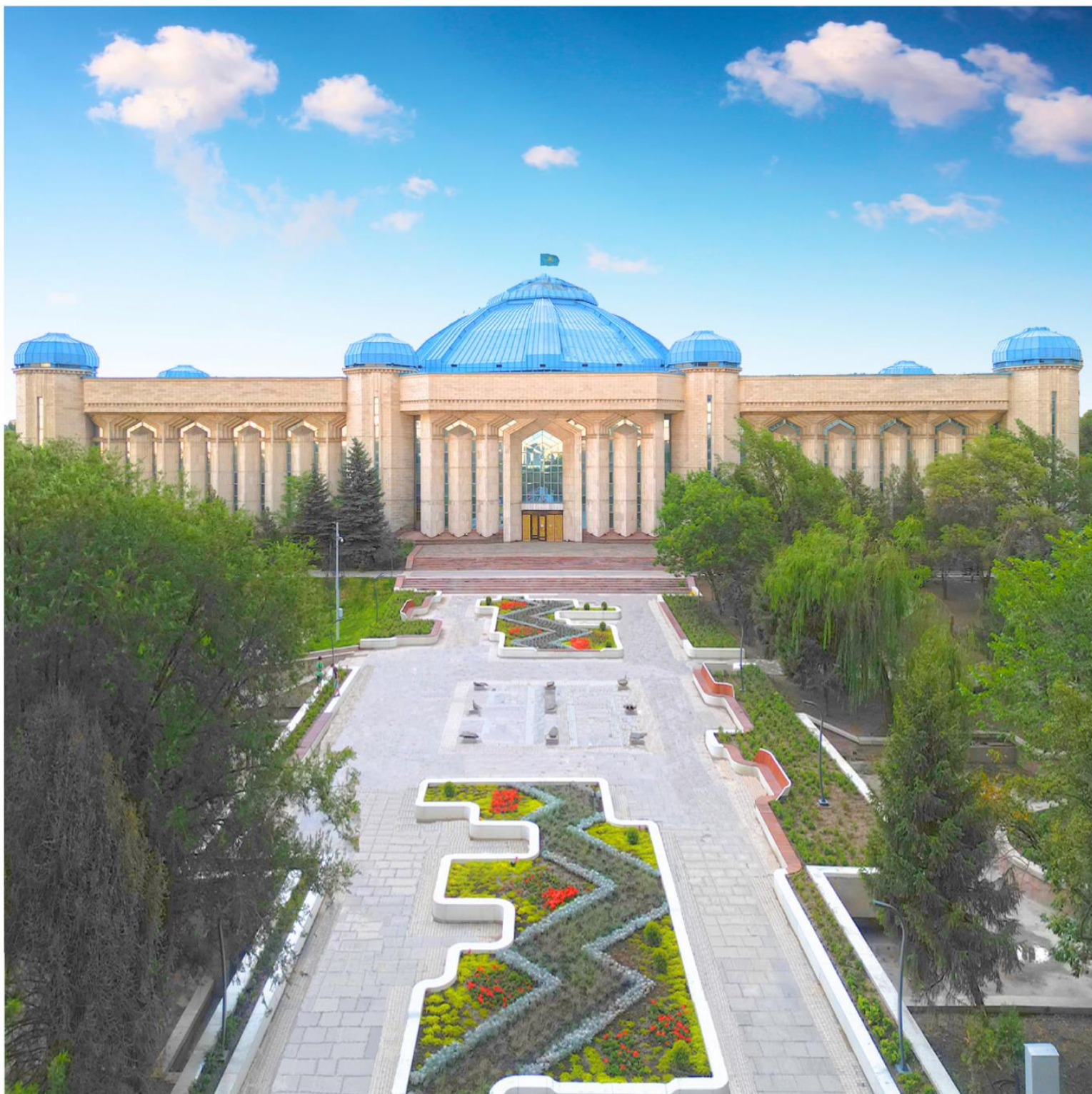
ISSN: 2958-5376
ISSN-L: 2958-5376

MUSEUM.KZ



ҒЫЛЫМИ-ПРАКТИКАЛЫҚ ЖУРНАЛ • НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ • SCIENTIFIC AND PRACTICAL JOURNAL

1(9)2025



ӘОЖ 069(53)

МУЗЕЙ КОММУНИКАЦИЯСЫ: ТЕОРИЯЛЫҚ ЖӘНЕ ПРАКТИКАЛЫҚ АСПЕКТІЛЕРІ**С.Т. Шаметов, Б.Қ. Байболов**

«Әзірет Сұлтан» Ұлттық тарихи-мәдени музей-қорығы» (Қазақстан)

Аңдатпа. Мақала музей коммуникациясы бойынша әлемдік тәжірибеде қолданылып жүрген музейшілік қарым - қатынас технологияларын талдауға және жіктеуге арналған. Талдай отырып, музей педагогикасы, музей психологиясы, музей социологиясы сынды ұғымдар мен оқу іс-әрекетінің бұрынғы қолданыстағы теориялық, практикалық тұжырымдарды және бұрын жарияланған ғылыми мақалалар сараланады.

Мақаланың мақсаты музей коммуникациясының нақты параметрлерін айқындау және негізгі принциптерін атап көрсету. Қарым - қатынас параметрлерін нақтылау, жоспарлау, «ағарту» принциптерін қатаң сақтау - музей коммуникациясының негізгі формасы ретінде қарастырылады.

Мақаланың негізгі міндеті – музейшілік қарым – қатынастың ғылыми-теориялық мәнін ашу, музейдің коммуникативті мүмкіндіктеріне талдау жасау, музей мен келушілердің қарым- қатынасын жоспарлы ғылыми жұмыс ретінде ұйымдастырудың теориялық негізін қалыптастыру. Музейдің негізгі көрінісі экспозицияны келушілермен қарым - қатынас жасаудың басты құралы ретінде пайдалану арқылы келушілерге белгілі бір дәрежеде ғылыми ақпарат беру, білім беру мекемелерінің оқу бағдарламаларын ескере отырып заманауи қоғам талаптарына сай білім беру мен қарым-қатынас жүйесін қалыптастыру.

Музей коммуникациясында педагогикалық, психологиялық, социологиялық принциптердің қамтылуы келушілердің рухани қажеттіліктерін қанағаттандыруға септігін тигізетінін, ал, музей ісінің жеке ғылым ретінде қалыптасуында, музейдің болашақтағы жұмысын жоспарлауда негізгі фактор екендігін айқындайды.

Музей коммуникациясында вербальды емес, яғни, түсіндірме мәтінсіз өзіндік ойлау арқылы бейнені елестету үшін қандай мәселелерге айрықша көңіл аудару керектігі нақтыланады.

Әлемдік музейлердің коммуникация саласы бойынша тәжірибелеріндегі ұқсастықтары мен ерекшеліктері саралана отырып ғылыми айналымға ұсынылады.

Зерттеу материалдары мен әдістері: Музей ісінде коммуникациялық іс-әрекет қызметін жүзеге асыруға байланысты тұжырымдардың әртүрлі болуы, олардың ғылыми-әдістемелік негіздерін талдай түсуді қажет етеді. Музейлерде коммуникация қызметін жолға қою музейлердің болашақтағы жұмысын нақты жоспарлауға мүмкіндік береді.

Мақалада зерттеу нысанын дереккөздердің мазмұндық ерекшеліктеріне сай талдау мен бағалаудың өзіндік тәсілдері тандап алынды. Музейшілік коммуникация қызметі мен әдіс-тәсілдеріне қатысты деректік мәліметтерінің, ғылыми тұжырымдалған фактілердің мазмұнын ашуға бағытталған салыстыру, болжамдау, талдау тәсілдеріне басымдық берілді.

Тірек сөздер: Музей, коммуникация, теория, технология, эмоция, ақпарат.

Сілтеме жасау үшін: Шаметов С.Т., Байболов Б.Қ. Музей коммуникациясы: теориялық және практикалық аспектілері // MUSEUM.KZ. 2025. №1 (9), 58-65 бб. DOI 10.59103/muzkz.2025.09.06

МУЗЕЙНАЯ КОММУНИКАЦИЯ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

С.Т. Шаметов, Б.К. Байболов

Национальный историко-культурный музей-заповедник «Азрет Султан»
(Казахстан)

Аннотация. Статья посвящена анализу и классификации технологий внутримузейного общения, применяемых в мировой практике по музейной коммуникации. Анализируя такие понятия, как музейная педагогика, музейная психология, музейная социология, анализируются существующие теоретические, практические выводы учебной деятельности и ранее опубликованные научные статьи.

Цель статьи-определить конкретные параметры музейной коммуникации и выделить основные принципы. Уточнение параметров общения, планирование, строгое соблюдение принципов «просвещения» - рассматриваются как основная форма музейной коммуникации.

Цель статьи-определить конкретные параметры музейной коммуникации и выделить основные принципы. Уточнение параметров общения, планирование, строгое соблюдение принципов «просвещения» - рассматриваются как основная форма музейной коммуникации.

Основная задача статьи-раскрыть научно-теоретическую сущность внутри музейного общения, проанализировать коммуникативные возможности музея, сформировать теоретическую основу организации взаимоотношений музея и посетителей как плановой научной работы. Основным видом музея является предоставление посетителям в определенной степени научной информации посредством использования экспозиции в качестве основного средства общения с посетителями, формирование системы образования и общения, отвечающей требованиям современного общества с учетом учебных программ образовательных учреждений.

Содержание педагогических, психологических, социологических принципов в музейной коммуникации способствует удовлетворению духовных потребностей посетителей, а также является ключевым фактором в становлении музейного дела как отдельной науки, планировании будущей работы музея.

В музейной коммуникации уточняется, на какие вопросы следует обратить особое внимание, чтобы представить образ с помощью невербального, то есть самостоятельного мышления без пояснительного текста.

Сходства и особенности в практике мировых музеев в области коммуникации будут представлены в научный оборот с дифференциацией.

Материалы и методы исследования: многообразие выводов, связанных с осуществлением деятельности коммуникационной деятельности в музейном деле, требует анализа их научно-методических основ. Налаживание коммуникационной деятельности в музеях позволяет четко планировать будущую работу музеев.

В статье выбраны собственные подходы к анализу и оценке объекта исследования в соответствии с содержательными особенностями источников. Приоритет отдавался подходам сравнения, прогнозирования, анализа, направленным на раскрытие содержания фактических данных, научно сформулированных фактов, касающихся деятельности и методов внутримузейной коммуникации.

Ключевые слова: Музей, коммуникация, теория, технология, эмоция, информация.

Для цитирования: Шаметов С.Т., Байболов Б.К. Музейная коммуникация: теоретические и практические аспекты // MUSEUM.KZ. 2025. №1 (9), с. 58-65. DOI 10.59103/muzkz.2025.09.06

MUSEUM COMMUNICATION: THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS*S.T. Shametov, B.K. Baibolov*National Historical and Cultural Museum-Reserve "Aziret Sultan"
(Kazakhstan)

Abstract. The article is devoted to the analysis and classification of technologies of intramuseum communication used in the world practice of museum communication. Analyzing such concepts as museum pedagogy, museum psychology, museum sociology, the existing theoretical and practical conclusions of educational activities and previously published scientific articles are analyzed.

The purpose of the article is to identify specific parameters of museum communication and highlight the main principles. Clarifying the parameters of communication, planning, and strict adherence to the principles of "enlightenment" are considered as the main form of museum communication.

The purpose of the article is to identify specific parameters of museum communication and highlight the main principles. Clarifying the parameters of communication, planning, and strict adherence to the principles of "enlightenment" are considered as the main form of museum communication.

The main objective of the article is to reveal the scientific and theoretical essence of museum communication, analyze the museum's communicative capabilities, and form a theoretical basis for organizing museum-visitor relationships as planned scientific work. The main type of the museum is to provide visitors with scientific information to a certain extent through the use of the exposition as the main means of communication with visitors, the formation of an education and communication system that meets the requirements of modern society, taking into account the curricula of educational institutions.

The content of pedagogical, psychological, and sociological principles in museum communication contributes to meeting the spiritual needs of visitors, and is also a key factor in the development of museum business as a separate science, and planning the future work of the museum.

In museum communication, it is clarified which issues should be paid special attention to in order to present an image using non-verbal, that is, independent thinking without explanatory text.

The similarities and peculiarities in the practice of world museums in the field of communication will be presented in scientific circulation with differentiation.

Materials and methods of research: the variety of conclusions related to the implementation of communication activities in the museum business requires an analysis of their scientific and methodological foundations. The establishment of communication activities in museums allows us to clearly plan the future work of museums.

The article selects its own approaches to the analysis and evaluation of the research object in accordance with the content features of the sources. Priority was given to approaches of comparison, forecasting, and analysis aimed at revealing the content of factual data, scientifically formulated facts related to the activities and methods of intramuseum communication.

Keywords: Museum, communication, theory, technology, emotions, information.

For citation: Shametov S.T., Baibolov B.K. Museum communication; theoretical and practical aspects // MUSEUM.KZ. 2025. №1 (9), pp. 58-65. DOI 10.59103/muzkz.2025.09.06

Кіріспе. Музей коммуникациясының теориясы пәнаралық байланыстар арқылы әрекет ете отырып, түрлі ғылыми бағыттар шеңберінде (психология, семиотика, лингвистика, ақпарат теориясы, мәдениеттану, деректану, логика, музей ісі) әртүрлі әдістемелік тәсілдерге негізделіп, дамиды. Қазіргі таңда музей коммуникациясы бойынша зерттеумен айналысып жүрген сала қызметкерлерінің саны артуда. Зерттеушілердің

санының артуы, музей коммуникациясы бойынша нақты пәндік және методологиялық тәсілдерді қолдана білудің ортақ әдістері жоқтығымен сипатталатын күрделі мәселені шешуге ықпал етуі тиіс.

Музей коммуникациясы бойынша шетелдік ғалымдар ХХ ғасырдың орта тұсынан бастап жете зерттей бастады. Коммуникация тәсілінің қалыптасуына және оның әртүрлі салаларының дамуына К. Шеннон, М. Маклюен сынды ғалымдар үлкен үлес қосты. Музей саласында коммуникация тұжырымдамаларын канадалық музейтанушы ғалым Дункан Кэмерон коммуникациялық жүйе ретінде қарастырудың теориясын ұсынса, музейтанушы Г. Хейн музейлерде коммуникациялық жүйелерде кері байланыс беруге бағытталған қолданбалы социологиялық және психологиялық зерттеулер теориясын ұсынады. Сонымен қатар музей коммуникациясы бойынша Д. Портер, Ю. Улдалл, Дж. Кнез, А. Райт, Г. Осборн, Д. Вайлер, Дж. Рохмедер, Х. Хелленкемпер, Р. Ходж, У.Д. Суза сынды ғалымдар өз еңбектері мен көзқарастарын ұсынды.

Нәтижелер және талқылау. ХХІ ғасырдың басынан бастап Ресейлік ғалымдары музей коммуникациясы саласын зерттеуге көп көңіл бөлген. Соның ішінде М.Б. Гнедовский, В.Ю. Дукельский, М.Е. Каулен, Н.А. Никишин, Б.Б. Пономарев, С.В. Пшенична, Н.Г. Самарина, О.С. Сапанжа және тағы басқа ғалымдар өзекті мәселені нақтылау, пәнаралық әдістемелік негіздер мен коммуникативті әрекеттер тиімділігін бағалау критерийлерін әзірлеумен және бұл критерийлерді музей тәжірибесінде қолданумен айналысты.

Қазіргі заманауи музей техникалық және технологиялық жетістіктерді қолданбай жұмыс істеуі мүмкін емес.

Ақпараттық және коммуникациялық технологияларды қолдану ХХІ ғасырдың екінші онжылдығында музейлер үшін күнделікті қажеттілікке айналды. Ақпараттық технологиялар музей алдында тұрған барлық мәселені түгел шешпегенімен олардың жүзеге асуына елеулі ықпал етеді.

Қазіргі таңда тұрақты түрде электронды ақпарат алушылар арасында балалар да, жастар да, ересектер де бар. Музей осы үш буынның да өкілдерінің қажеттіліктерін өтейтіндей дәрежеде жұмыс істеуге мәжбүр. Ол үшін әртүрлі мақсаттағы аудиторияларға оқу-ағарту және ойын-сауық сипатындағы арнайы бағдарламалар мен экспозициялар қажет.

Бүгінгі қоғамда болып жатқан технологиялық, әлеуметтік және мәдени құбылыстарға талдау жасау көптеген зерттеушілерді қарым-қатынас мәдениеті туралы мәселеге көңіл аударуға итермелеп отыр.

Жалпы коммуникация ұғымы - (*лат. Communication* байланысамын, қатынасамын) - адамдардың танымдық-еңбек процесінде қатынас жасау, пікір алысу, ой бөлісу — бір-бірімен қарым – қатынас жасауының айрықша формасы болып табылады. Яғни, қарым-қатынас жасау. «Қатынасу, тілдесу (*communication*)-қатысушының екеуіне де ақпараттың түсініктілік шарты орындалған кезде бір қатысушыдан екінші қатысушыға ақпаратты жеткізудің екі жақты процесі; екі немесе одан да көп адамдардың әлеуметтік-психологиялық өзара әрекет ету процесі» [электрондық ресурс] ([https://kk.wikipedia.org/wiki/ 25.02.2025](https://kk.wikipedia.org/wiki/25.02.2025)) болып табылады.

Мәдени, білім беру саласындағы маманның коммуникациялық қызметі бірнеше бағыттарға бөлінеді, солардың бірі музейшілік коммуникация.

Музей коммуникациясы келушілермен қарым-қатынас жасау әрекеті дейтін болсақ, онда біз алдымен келушілерді әр түрлі ерекшеліктеріне қарай бірнеше топқа бөліп қарастыруымыз керек. Бұл процесті музей психологиясын зерттеу деп атауға болады. Яғни музей коммуникациясы музей психологиясынан бастау алады. Бұл сала зерттеудің психологиялық және социологиялық әдістерін қолдана отырып жұмыс жүргізеді. Музей психологиясының зерттеу аймағы келушілердің музей экспозициясын қаншалықты деңгейде қабылдауы мен түсінуі болып табылады [Каулен, 2009: 59]. Музей психологиясы

ғылым ретінде әлі өз орынын толығымен таппаса да, халықаралық музей қауымдастығы музеологтардың академиялық оқыту бағдарламаларына енгізу қажеттілігін қолдап отыр [Мастеница, 2014: 26].

Психология ғылымында коммуникация немесе қарым-қатынас субъектілер арасындағы өзара әрекеттесудің негізгі процесі ретінде қарастырылады.

Музейге келушілерді психологиялық тұрғыдан мынадай топтарға бөліп қарастыруға болады.

1. Музейге кімдер келеді?
2. Не үшін келеді?
3. Не көргісі келеді?

Музей келушіге не үшін қажет? XIX ғасырда өмір сүрген белгілі орыс философы Н.Ф. Федоров позитивтік психологтардың зерттеулеріне сүйене отырып, «муза мен музей адамның санасымен бірге жаралған. Музейде үш функция бір мезгілде атқарылады: зерттеушілік, ұстаздық және қайраткерлік»-деп жазды [Федоров, 1995: 370].

Мәдени-ағартушылық саласындағы маманның коммуникациялық қызметі бірнеше бағыттар бойынша құрылады. Біріншісі музейшілік коммуникация-кәсіби қарым-қатынас. Ол дегеніміз – қызметкерлер мен бөлімдер арасындағы кәсіби қарым - қатынас. Бұл ұжымдағы басты кәсіби фактор болып табылады.

Музей коммуникациясының басты бағыты - музей мен келушінің өзара қарым-қатынас жасау процесін зерттеу тақырыбы ретінде қарастырушы бағыт. Бұл бағыт бойынша музей коммуникациясын – келушілерге музей экспозициясы мен жәдігерлері туралы ақпарат беру және түсіндіру процесі деп қарастырған жөн [Электрондыдық ресурс] (Дмитриева, <https://cyberleninka.ru/article/n/psihologiya-muzeynoy-kommunikatsii-teoreticheskie-i-prakticheskie-aspekty-izucheniya>)

Музей коммуникациясы бойынша шетелдік ғалымдар XX ғасырдың орта тұсынан бастап жете зерттей бастады. Коммуникация тәсілінің қалыптасуына және оның әртүрлі салаларының дамуына айтарлықтай үлес қосқан бірнеше шетелдік ғалымдардың моделдерін айта кеткен жөн.

С. Де Борхеджидің музей коммуникациясы моделі.

Келушінің бар зейінін экспонатқа аудару арқылы абстрактілі ойлауға итермелеу. Кемшілігі келушінің еркінен тыс, өз қалауы бойынша ойлануға мүмкіндік бермеу.

Д. Кэмеронның музей коммуникациясы моделі.

Д. Кэмеронның моделі бойынша бар назар келушіде емес, экспонатта болу керек. Экспонат - музей коммуникациясының негізі дегенге саяды. Оның нашар орналасуы, жарықтың дұрыс берілмеуі, этикеттің нашар дизайны, түсініктемесінің тығыз әрі шамадан тыс көп жазылу сияқты мәселелер келушілерге жайсыздық туғызатын нәрсенің бірі болмауы керек деп есептейді. Сонда ғана музей коммуникациясы, яғни, музей мен келушінің арасындағы қатынас нәтиже береді деп тұжырымдайды.

Ю. Ница және Г. Райттың музей коммуникациясы моделі.

Бұл модел бойынша экспонаттың ғылыми негіздемесі маңызды саналады. Экспонаттың суреті, табылған орны, картасы, безендірілуі туралы ғылыми мәліметтердің экспозицияда орналасуы тиімді деп санайды.

Бұндай тығыз орналасқан экспозиция келушілерді тез шаршатып, жалықтыратыны белгілі. Бұл музейге келетін әртүрлі маман иелері үшін қызықты болады деп айту қиын.

Музейге не үшін келеді деген сұрағымызғы қайта оралайық.

1. Тарихи-мәдени мұрамен танысу үшін;
2. Тың ақпараттар алу үшін;
3. Эмоция үшін.

Тарихи – мәдени мұра туралы тың ақпарат алу қазіргідей күшті ақпарат ағымы кезеңінде көп қиыншылық тудыра қоймасы анық. Ал, музейге эмоция үшін келу үшін музейде қыруар жұмыс атқарылуы керек.

Музейге келгеннен кейін келуші тек білім ғана емес, сонымен қатар бірнеше буын өкілдерінің мәдениетінде жинақталған түрлі тәжірибені көріп, өмірлік сабақ алады. Музей – келушілерге экспонат түріндегі мәдени жәдігерлермен кез-келген уақытта байланыс орнатуға мүмкіндік береді.

Дегенмен, музейдегі шамадан тыс тығыз, жүйесіз орналасқан экспонаттар, нашар тандалған этикетаждар, белгілі бір тәртіппен құрылмаған экспозиция, түсініксіз жазулар келушілердің қайта айналып келуіне кері әсерін тигізеді. Осы келеңсіздік туралы келуші өз пікірі мен көзқарасын білдірсе кері байланыс деп біліп, түсіністікпен қараған жөн.

Осы жерден келіп музей коммуникациясы деген ұғым пайда болады.

Халықаралық музейлер кеңесінің (ICOM) жарғысында - музейді әлеуметтік-мәдени институт ретінде қарастырып, музей коммуникациясының мақсаты адам және оның тіршілік ету ортасы туралы материалдық мәліметтерді зерттеу, музей аудиториясында білім беруді қалыптастыру, келушілердің рухани қажеттіліктерін қанағаттандыру делінген [Самарина, 2013: 45]. Тұжырымдамада музей коммуникациясына сәйкес қарым-қатынасты реттеуге мүмкіндік беретін әртүрлі жіктеулерді атап көрсетеді. Музейдің ішкі жұмыс функцияларынан туындайтын түрлі жіктеулер толық және ғылыми негізделген. Музей коммуникациясының негізгі мақсаты бойынша бөлінетін коммуникациялық функциялар:

- Когнитивтік функция;
- Ақпараттық функция;
- Түсіну функциясы;
- Эмоционалды функция;
- Ынталандыру функциясы;
- Идеологиялық функция;

Музей ісі жоғары деңгейде дамыған елдердің ғалымдары жасаған музей коммуникациясының нұсқалары өте көп. Соның ішінде мына екі функцияны атап көрсетуге болады. Бұл функциялар музей жұмысына мейлінше сәйкес келеді. Олар:

- Вербальды;
- Вербальды емес;

Музейге келушілердің музеймен қарым-қатынасы жоғарыдағы екі негізгі қарым-қатынас каналымен жүзеге асырылады.

Вербальды қарым-қатынас тіл, сөйлеу арқылы жүзеге асады. Тіл – сөз жүйесі, сөздерді дұрыс құрастыру, ойды сөзбен толық жеткізу, дыбыстың, интонацияның, сөздің нақтылығы. Бұл музей ісінде экскурсия жүргізушілер мен келушілер арасында сипатталады. Бұл жерде экскурсия жүргізушінің ой-өрісі, білімділігі мен шешендігі, кәсіби шеберлігі маңызды рөл атқарады.

Вербальды емес коммуникация жүйесі іскерлік қарым-қатынастың маңызды компоненті деп аталады. Мамандардың берген бағасы бойынша қарым-қатынас процесіндегі хабардың негізгі бөлігін жеткізудің және қарым-қатынас серігінің бейнесін нақты құрудың негізгі көзі болып табылады.

Вербальды емес қарым-қатынас тәсілдерін зертеушілердің бірі А. Мейерабианның зерттеуі бойынша өзара әрекет процесіндегі хабардың 93 пайызы вербальды емес жолдар жүйесімен беріледі (жеткізіледі).

Вербальды емес қарым-қатынас құралдары дегеніміз танымдық немесе эмоционалды-бағалаушы хабарды жеткізуде ым-ишара, дене қозғалысы, дауыстың ырғақтық ерекшеліктері, тактильдік (тері) әсерлері болып табылады.

Вербальды емес қарым-қатынас музейде қайталанбас туындыларды (түпнұсқа экспонаттар, картиналар) көру, ішкі түйсік арқылы сезіну, рухани ләззат алып қабылдау арқылы көрініс табады.

Келушілерге мүмкін болатын барлық ақпараттар мен эмоцияны берумен қатар музей музейге келушілерден мүмкіндігінше өзіне қажетті ақпараттар мен идеяларды алып қалуы керек. Ол үшін:

Музей келушілермен қалай ақпарат алмасады?

Келушілер музейге не береді?

Қайта айналып келушілер бола ма?, - деген сауалдар төңірегінде жұмыс істеу қажет.

Музей үшін маңызды осы сауалдардың шешімі «кері байланыс» жасауда. Кері байланыс жасаудың ең тиімді жолы сауалнама жүргізу болып табылады.

Музей коммуникациясының тілі мәдениеттің тілі бола отырып адамдардың бір-бірімен ақпарат алмасуын қамтамасыз етеді және қоғамда өткеннен жинақталған тәжірибені жас ұрпаққа жеткізетін бағыттардың қалыптасуына ықпалын тигізеді.

Қорытынды. Рационалды және эмоционалды қабылдаудың үйлесімділігі музей коммуникациясының ерекшелігі болып табылады. Зерттеу жұмыстарын дереккөздердің мазмұндық ерекшеліктеріне сай талдау мен бағалаудың өзіндік тәсілдерін қолдана отырып жүргізген тиімді.

Музей коммуникациясына байланысты тұжырымдардың түрлі бағытта болуы, олардың ғылыми және тәжірибелік негіздерін талдай түсуді қажет етеді. Музей коммуникациясы функцияларын саралау музей жұмысын жоспарлауда өзіндік көмегін тигізеді.

Музей коммуникациясына қатысты ғылыми еңбектер мен ғылыми тұжырымдалған фактілердің мазмұнын ашу бүгінгі күннің басты талабына айналуға.

ӘДЕБИЕТ

Дмитриева В.А., Харитоновна Т.Ю., Михалюк О.С.,
<https://cyberleninka.ru/article/n/psihologiya-muzeynoy-kommunikatsii-teoreticheskie-i-prakticheskie-aspekty-izucheniya>

Мастеница Е. Актуальные вопросы и практика музейного менеджмента в XXI веке: Аналитическая записка. М.: Российский комитет международного совета музеев, 2014. С. 26.

Самарина Н. Г. // Вопросы музеологии. №2 (8) / 2013. С. 45.

Словарь актуальных музейных терминов // Музей. 2009. № 5. С. 59.

Федоров Н.Ф. Музей, его смысл и назначение: Собр. соч.: В 4 т. М., 1995. Т. 1. С. 370–437.

<https://kk.wikipedia.org/wiki/Қатынасу>

REFERENCES

Dmitrieva V.A., Haritonova T.Yu., Mihaluk O.S.,
<https://cyberleninka.ru/article/n/psihologiya-muzeynoy-kommunikatsii-teoreticheskie-i-prakticheskie-aspekty-izucheniya> (In Russian)

Mastenitsa E. Aktualnye voprosy i praktika muzeinogo menejmenta v XXI veke: Analiticheskaja zapiska. M.: Rosiski komitet mejdunarodnogo soveta muzeev, 2014. P 26. (In Russian)

Samarina. N. G. // Voprosy muzeologii. №2 (8) / 2013. P. 45. (In Russian)

Slovär aktuälnyh muzeinyh terminov // Muzei. 2009. № 5. P. 59. (In Russian)

Fedorov N.F. Muzei, ego smysl i naznachenie: Sobr. soch.: V 4 t. M. 1995. Vol. 1. pp. 370-437. (In Russian)

<https://kk.wikipedia.org/wiki/Katynasu> (In Kazakhstan)

Авторлар туралы мәлімет: Шаметов Сәкен Таласбекұлы. «Әзірет Сұлтан мемлекеттік тарихи-мәдени музей-қорығы. Ғылыми қызметкер. Әйтек би көш. №1Б, Түркістан қ. Қазақстан Республикасы. <https://orcid.org/0000-0003-4783-2384>. E-mail: Shayan_68@mail.ru

Байболов Берік Қыстаубайұлы – «Әзірет Сұлтан» мемлекеттік тарихи-мәдени музей-қорығы, Ғылыми-зерттеу бөлімінің басшысы (161200, Түркістан қ-сы, Әйтеке би 1Б, Қазақстан), философия магистрі. <https://orcid.org/0000-0001-5131-418X>. E-mail: baybol81@mail.ru

Сведения об авторах: Шаметов Сакен Таласбекович. Государственный историко-культурный музей-заповедник «Азрет Сұлтан». Научный сотрудник. Ул. Айтек би №1Б, г. Туркестан. Республика Казахстан. <https://orcid.org/0000-0003-4783-2384>. E-mail: Shayan_68@mail.ru

Байболов Берик Кыстаубаевич – руководитель Научно-исследовательского отдела Государственного историко-культурного музея-заповедника «Азрет-Султан». (161200, г. Туркестан, Айтеке би 1Б, Казахстан), магистр философии. <https://orcid.org/0000-0001-5131-418X>. E-mail: baybol81@mail.ru

Information about the authors: Saken T. Shametov - State Historical and Cultural Museum-Reserve "Azret Sultan". Researcher. St. Aitek bi No. 1B, Turkestan. The Republic of Kazakhstan. <https://orcid.org/0000-0003-4783-2384>. E-mail: Shayan_68@mail.ru

Berik Baybolov – Head of the Research Department of the «Aziret Sultan» State Historical and Cultural Museum-Reserve. (161200, Turkestan c., Ayteke bi – 1B, Kazakhstan), master of philosophy. <https://orcid.org/0000-0001-5131-418X>. E-mail: baybol81@mail.ru

Редакцияға түсті / Поступила в редакцию / Entered the editorial office: 05.03.2025.

Рецензенттер мақұлдаған / Одобрено рецензентами / Approved by reviewers: 18.03.2025.

Жариялауға қабылданды / Принята к публикации / Accepted for publication: 26.03.2025.