

**ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(СПбГУ)**

Институт философии

Кафедра музейного дела и охраны памятников

Зав. кафедрой
музейного дела и охраны памятников
д. ист. наук, проф.
Пиотровский М. Б.

Председатель ГАК,
д. культурологии, проф.
Сапанжа О. С.

**Выпускная квалификационная работа на тему:
ПРОБЛЕМА АДАПТАЦИИ ХУДОЖЕСТВЕННОГО МУЗЕЯ В
ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОЙ СРЕДЕ**

По направлению - 072300 музеология и охрана объектов культурного и природного наследия

Профиль – «Экспертиза и атрибуция культурных объектов»

Рецензент:
к. филос. н., доцент
Кузин И. В.

Выполнил: студент
Передельская О. С.

Научный руководитель:
д. культурологии, проф.
Дриккер А. С.

Санкт-Петербург
2016 г.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение3

Глава I. Социальные технологии постиндустриальной культуры6

I.1 Предназначение художественного музея в постиндустриальную эпоху9

I.2 Функции музея: традиционные, обновлённые, новые?14

I.3 Аудитория музея: потенциальная и реальная20

Глава II. Техника и технология в музее: адаптация предметно-пространственной структуры 23

II.1 Новые технологии в экспозиции музея25

II.2 Информационные технологии и виртуальная реальность в музее35

II.3 Материальное пространство музея: архитектура и атмосфера 46

Заключение52

Список литературы55

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данного исследования определяется радикальным изменением социально-экономических реалий функционирования общества, общей информатизацией культуры и, как следствие вышеперечисленного, системным кризисом музея¹. В ходе глобализации и информатизации общества традиционные институты культуры неизбежно устаревают по причине некоторой неповоротливости, свойственной всем традиционным ценностям. Взрывное развитие информационных технологий и масштабная визуализация культуры определяют новую парадигму интеллектуальной среды, в которой музей осуществляет новые функции. |

Музей может вступить в борьбу с глобализацией, противопоставляя ей традиционные ценности или же создать современную творческую систему, отражающую реальность. Прежде всего, музей как феномен культуры, должен отвечать социальному заказу, однако потребности общества слабо формализуемы: общество нуждается в пространстве одновременно и сакральном, и доступном, и развивающемся. Современные социокультурные и экономические условия, предлагаемые музеем, воспринимаются как посягательства на святое: задача реализации культурного досуга вступает в конфликт с функцией хранения «вечных ценностей». Потребность сочетания массового и элитарного – это провокация музейной формы на поиск новых схем культурного поведения. Развитие информационных технологий приводит к серьёзным изменениям во взаимодействии различных социокультурных сфер². Союз технологий с искусством, которое по М. С. Кагану есть «самосознание культуры» вызывает кризис культурно-ценностных ориентиров, имеющих древнейшие корни. Стремление не только сохранять и исследовать культурное наследие, но и соответствовать потребностям общественного развития, участвовать в решении

1 См.: Будко А.А. Кризис современного музея: между универсальностью и уникальностью // «Музей», № 9, 2009. С. 32

2 См.: Демшина А.Ю. Визуальные искусства в ситуации глобализации культуры: институциональный аспект. СПб: Астерион, 2010.

социокультурных проблем современности требует от музея модернизации механизмов взаимодействия с обществом на всех уровнях.

Исследование проблемы модернизации традиционного музея является актуальным направлением развития современной отечественной и зарубежной музеологии. Изменение общественно-социальных функций музея, развитие музейного экспонирования и музейного строительства относятся к ключевым вопросам теории и практики музейного дела. Идея активного включения музея в жизнь общества была сформулирована ещё в 80-е годы XX века в рамках направления зарубежной музеологии «Новая музеология». Принципы этого движения приобрели методологическое значение, но до сих пор теоретические взгляды расходятся с практикой, и поиск способов адаптации музея остаётся актуальной проблемой музеологии.

Несмотря на большое количество работ, посвященных социальным проблемам (В. Ю. Дукельский, Т. П. Калугина, М. Е. Каулен, Д. Портер, С. В. Пшеничная, Ю. Ромедер, О. С. Сапанжа, К. Хадсон, Т. Ю. Юренева), исследование социальной значимости музея до сих пор не теряет актуальности³. В современных исследованиях большую популярность приобрело изучение музейной коммуникации, где центральной проблемой являются отношения музея и посетителя, тенденции демократизации сакрального музейного пространства и участие зрителя в прямом диалоге с музеем (О.В. Беззубова, З.А. Бонами, Е.В. Волкова, Р.Р. Кликс, Т.П. Поляков, Е.А. Розенблюм, Е.О. Торопова, Э.А. Шулепова и др.). Безусловно, внимание к посетителю как равноправному участнику музейной жизни оправдано: трансформация музея происходит в основном из-за изменившихся представлений публики о нём. Но эти изменения должны отразиться также на материально-художественной базе музея. Проблема трансформации предметно-пространственной структуры в основном находит выражение в работах по музейной архитектуре и проектированию (М. Зайгер, А.В. Лебедев, Х.Г. Мерц, В.А. Ревякин, К.В. Сурикова, Н.Ю. Федотова, А.В.

³ См.: Кудрявцева Н. С. К вопросу о социальной пользе современного музея/ Н. С. Кудрявцева. С. 230.

Чугунова, Е.А. Шипунова, Б. Шульц) и в исследованиях способов организации выставочно-экспозиционного пространства музеев современного искусства (Т.П. Поляков, М.Т. Майстровская, Б. Гройс). Проблемы трансформации социальных технологий и пространственной структуры традиционного музея также нуждаются в описании и анализе. Рассмотрим основные направления адаптации художественного музея в сложившихся условиях постиндустриального общества, приводя наиболее показательные примеры некоторых крупных музеев России и Западной Европы.

Объектом исследования является художественный музей в постиндустриальной среде. Предмет исследования – теоретико-методологические проблемы функционирования музея в условиях глобализации и способы их решения.

Цель исследования – описание и анализ применяемых механизмов адаптации традиционного музея в постиндустриальном обществе. Поставленная цель предполагает решение следующих задач: описать предназначение и функции современного художественного музея, определить потенциальную и актуальную аудиторию, рассмотреть набор технических возможностей экспонирования, технологические изменения и архитектурное воплощение художественного музея.

Методологическую и теоретическую основу исследования составляют анализ литературы, изучение, сравнение и обобщение отечественной и зарубежной практики.

Работа включает в себя введение, две главы, заключение, список литературы. В первой главе рассматриваются новые социальные технологии в культуре XXI века и их влияние на фундаментальные основы музея. Вторая глава посвящена технической модернизации и вопросам ресурсного обеспечения музея.

ГЛАВА I. СОЦИАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ

Музей за свою уже многовековую историю прошёл путь от полузакрытого кабинета редкостей до авторитетного социокультурного института. На заре своего появления, в эпоху Возрождения, музей развивался в качестве закрытого частного собрания, чьим предназначением было удовлетворение личных потребностей собирателя. Впоследствии, по мере распространения и демократизации науки и творчества, музей открывается для более широких слоёв общества, коллекционирование распространяется не только среди богатой знати и правящей элиты, но и среди мелкой буржуазии, учёных и представителей свободных профессий. В конце XVII в. -XVIII в. развитие музея было обусловлено идеями Просвещения. В это время музей становится культурным учреждением, признанным учёным сообществом и просвещённой знатью. В XVIII века всё чётче становится идея о публичности музея. Для «квалифицированной публики» открываются Капитолийский музей в Риме, Музей-лапидария маркиза Маффеи, Дрезденская галерея, Мюнхенская пинакотека, галерея Уффици, Бельведер, затем Лувр. Кроме того, во второй половине века, музей расширил границы своего существования и вышел за пределы Европы: в 1779 году открылся Чарлстонский музей в Южной Каролине, через 3 года открылся музей сэра Чарльза Уилсона Пила в Филадельфии. Превращение закрытых частных собраний в общедоступные центры искусства и науки и приобретение музеем роли хранителя исторического опыта позволяет говорить о зарождении института культуры. Музеи становятся доступными публике, превращаясь, правда, в элемент системы идеологического влияния. Рывок науки и техники расширяет специализацию музеев, появляются новые музеи и открываются выставки, на базе которых ведётся научно-исследовательская работа. В конце XIX века формируются основы музееведения, что также говорит о монументальности и важности музея как элемента культуры.

В XX веке начинается осмысление места и функций музея в культуре. Мир переживает множество социальных и политических потрясений, в результате которых меняется и само общество, подвергаются сомнению традиционные нормы и ценности. Неотступно следуя за развитием науки, искусства, политики и философии, музей постепенно сформировался в особую сферу культурной жизни, отвечающую за сохранение и изучение прошлого в целях удовлетворения познавательных потребностей настоящего и будущего. Усиление интереса к историко-культурному наследию и проблемам его сохранения в обществе обеспечивает бурное развитие музейного дела: появляются новые типы музеев и возникают музееведческие объединения. Между двумя мировыми войнами количество музеев во многих странах мира возросло, но Вторая мировая война нанесла серьезный урон сохранности мирового культурного наследия. После войны развиваются международные связи музеев, создаются международные организации, связанные с охраной, изучением и пропагандой всемирного культурного и исторического наследия. В сферу деятельности музея попадают не только т.н. движимые музейные предметы, но и недвижимые объекты, среда, ландшафт, нематериальное наследие. Появляются новые формы музейных учреждений (музеи-парки, экомuzeи, музеи-заводы, школы-музеи, музеи-библиотеки). В 60-е годы значительно возрос интерес публики к музейному туризму, в литературе и публицистике этот период истории музея получил название «музейный бум»^{4,5}. Музей как неотъемлемый элемент существования общества во всём следует за его развитием: технический прогресс отражается в компьютеризации музеев, научный и культурный плюрализм находит выражение в разнообразных концепциях понимания роли музея в обществе.

В эпоху глобального кризиса идеологий, когда посетителем музея является массовый потребитель, слабо заинтересованный в осмыслении своего места в мире и истории, встаёт вопрос о роли музея в обществе. Насколько вероятна трансформация музея в современный центр социальных

4 См.: Кудрявцева Н. С. К вопросу о социальной пользе современного музея/ Н. С. Кудрявцева. С. 233

5 См.: Грицкевич В. П. История музейного дела, конца XVIII-начала XX вв. СПб, 2007. С. 73.

изменений, центр художественного и исторического просвещения, как это видится музейным специалистам?⁶ В XXI веке интерес к музеям по всему миру растет: увеличивается посещаемость музеев, открываются новые экспозиции⁷. Этот музейный бум можно объяснить увеличением туристического потока за счёт роста благосостояния населения, т.е. вполне коммерческими причинами. Музей развивается как туристический бизнес-актив, в то время как развитие социально-культурной формы малозаметно. Художественный музей как хранитель наследия конкурирует с Интернетом как хранилищем любой информации, и материальное не всегда побеждает цифровое. Формируется явление реальной виртуальности – виртуальный музей – феномен, который пока невозможно однозначно оценить с точки зрения музейного дела. Традиционный музей, постепенно теряя статус уникального хранителя и транслятора культурного наследия⁸, адаптируется к новым экономическим и социальным условиям через осуществление рекреационной функции – музей становится одним из способов проведения досуга. Как меняются предназначение, функции и аудитория музея в этих условиях?

6 См.: Благотворительная программа «Меняющийся музей в меняющемся мире» // Благотворительный фонд В. Потанина. Музейные программы [2001-2015]. URL: <http://museum.fondpotanin.ru/program>

7 См.: Круглый стол «Почему музейный бум обходит Россию стороной?» // Лаборатория музейного проектирования, URL: <http://www.amcult.ru/index.php/ru/knowledge/articles/76-muzbum>

8 См.: Беззубова О.В. Теория музейной коммуникации как модель современного образовательного процесса. // Коммуникация и образование. / Сборник статей. Под ред. С.И. Дудника Санкт-Петербург : Санкт-Петербургское философское общество, 2004. С.420.

I.1 Предназначение художественного музея в постиндустриальную эпоху.

Предназначение или миссия музея – это суть и смысл существования каждого конкретного музея⁹, то, что он действительно может дать обществу. Важно не путать миссию и цели создания музея, прописанные в Законе о «Музейном фонде...»¹⁰. Миссия включает в себя и цели, к которым музей стремится, и описывает роль и деятельность музея. Также важно различать миссию как предназначение, смысл существования, и миссию как одно из основополагающих понятий стратегического управления.

С одной стороны, смысл существования музея очевиден и признан обществом – на музей возложена миссия сохранения и трансляции культурного наследия. С другой стороны, становится актуальным вопрос о предназначении музея в современном обществе и его место в постиндустриальной культуре. Социальный заказ существенно изменился и сформулированное в прошлом веке предназначение музея как института «генерирования культуры настоящего и будущего на основе сохранения, и актуализации наиболее ценной части всех видов наследия»¹¹ требует переосмысления понятия «генерирование культуры». Художественный музей в доинформационную эпоху был одним из главных источников сохранения и передачи культурного кода, зафиксированного в предметах, и, пожалуй, самым эффективным по силе воздействия. Теперь же, возможности визуальных технологий не позволяют музейному предмету конкурировать с кинематографом, видеоартом и интернет-коммуникациями в аттрактивности, информативности и доступности. Предположительно, сохранение и ретрансляция перестанут быть сверхзадачей музея как социального института. Дискуссионной темой является роль музея – консервативного

9 См.: Рашрагович Б.И., Исаев Б.А. Современные проблемы межкультурных коммуникаций. Вып. 4. Восток-Запад: сб. статей/ М-во культуры РФ, С.-Петербург. Гос. Ун-т культуры и искусства; – СПб.:Изд-во СПбГУКИ, 2010. – С. 256 – 262. (Труды; т.190). С. 256.

10 См. Федеральный закон от 26 мая 1996 г. N 54-ФЗ "О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации" (с изменениями и дополнениями). Статья 27. Цели создания музеев в Российской Федерации.

11 См.: Российская музейная энциклопедия / Сектор Российской музейной энциклопедии при участии Сети Культурного Наследия [2002]. URL: <http://www.museum.ru/rme/>

института с утвердившимся информационным потенциалом (коллекцией) – в среде, где срок актуальности информации короче, чем время её усвоения и оценки. Глобальная информационная избыточность ставит музей перед проблемой выпадения из коммуникационного поля зрения.

В целях решения этой проблемы отечественный музей, поставленный в условия почти полностью автономного финансирования, вынужден обратиться к современным технологиям продвижения и организации взаимоотношений с обществом. В современных социально-экономических реалиях, когда культура рассматривается как индустрия¹², миссия музея также является категорией маркетинга и менеджмента. Не следует относиться к понятию миссии музея только лишь как к формальному элементу стратегического планирования деятельности конкретного музея¹³. Миссия музея – это описание его возможностей и перспектив занять значимое место в системе ценностей, иначе говоря, сформулированное конкурентное преимущество. Почти не осталось музеев, не огласивших свои сверхзадачи публике через интервью сотрудников, соответствующий раздел сайта музея, научные публикации и другие источники. Ведь в реалиях рыночной экономики, если музей не артикулирует свою миссию, значит, он не собирается зарабатывать средства на своё существование.

Музей включает в свои обязанности решение глобальных социальных и культурно-политических проблем¹⁴. Государственный Эрмитаж - национальный музей мировой культуры – призван собирать, сохранять, изучать, показывать памятники мировой культуры и изобразительного искусства, способствуя духу взаимопонимания и уважения между людьми¹⁵. Также в интервью на тему развития Эрмитажа в ближайшие годы, М.Б. Пиотровский описал миссию музея как «необходимость и возможность

12 См.: Кудрявцева Н. С. К вопросу о социальной пользе современного музея/ Н. С. Кудрявцева (стр.233) // Теоретический журнал Credo new [Электронный ресурс]. URL: <http://credonew.ru/content/view/1015/65/>

13 См.: Российская музейная энциклопедия / Сектор Российской музейной энциклопедии при участии Сети Культурного Наследия [2002]. URL: <http://www.museum.ru/rme/>

14 См.: Смирнова Э. В. Трансформация функций музея в современном социокультурном пространстве // Magister Dixit. 2014. №2 (14). С.85.

15 См.: Государственный Эрмитаж: отчет о деятельности музея за 1996 год. – СПб, 1997. – С. 2

реализовать его ресурсный потенциал для всех граждан России, стать мировым музеем, глобальным центром культурного притяжения, формирующим позитивный культурный образ России в мировом сообществе и влияющим на глобальное понимание мировой культуры»¹⁶. Культурно-политическая амбиция Эрмитажа претендует на многополярную деятельность музея и формирует культурно-миротворческий имидж музея¹⁷. На фоне Эрмитажа скромнее выглядят миссии Государственного Русского музея (преодолеть представление о русском изобразительном искусстве как об искусстве второстепенном, догоняющем европейское и показать реальную историю русского искусства как в России, так и за рубежом)¹⁸ и Государственного музея изобразительных искусств имени А. С. Пушкина (Классическое искусство – в массы) за счёт акцента на традиционной для музея культурно-творческой и воспитательной деятельности, вместо ярко выраженной социально-ориентированной работы. Несмотря на достаточно узкое определение сверхзадачи, эти музеи также преодолевают традиционное понимание миссии музея, поскольку всё равно участвуют в формировании позитивного внешнеполитического имиджа страны¹⁹.

Что интересно, классические музеи с давней историей тяготеют к такому глобальному определению своего предназначения, в то время как музеи сравнительно новые, современные, всё же склонны делать акцент на сохранении и изучении своей коллекции. Для сравнения, парижский Лувр масштабно объявляет своей миссией содействие встрече искусства и общества²⁰, тогда как Национальный центр искусства и культуры Жоржа Помпиду²¹ – сохранение и развитие национальной коллекции современного

16 См.: Михаил Пиотровский представил в Москве концепцию развития «Большого Эрмитажа» до 2022 года // ТАСС информационное агентство [Электронный ресурс] URL: <http://tass.ru/kultura/625078>

17 См.: *Эльц Е.Э.* Роль Эрмитажа во внешней культурной политике России (проект реставрации Тронного места в Георгиевском зале и большого Императорского трона) // Вестник СПбГУКИ. 2012. №2. С. 2

18 См.: Владимир Гусев. Интервью телеканалу «Санкт-Петербург» // Телеканал «Санкт-Петербург» [Электронный ресурс] URL: <http://topspb.tv/news/news66219/>

19 См.: Александров А.А. Музеи в контексте современных международных отношений / А.А. Александров // Человек и общество перед судом истории: сборник статей / Отв. ред. Н.И. Басовская. - М.: РГГУ, 2012. С. 10.

20 См.: Le Louvre, une institution séculaire tournée vers l'avenir // Missions et projets [Электронный ресурс] URL: <http://www.louvre.fr/>

21 Далее: Центр Помпиду.

искусства, изучение и включение её в историю искусств²². Стремящийся к инновациям Фонд Соломона Гуггенхайма собирает, сохраняет и интерпретирует современное искусство, и полагает своей миссией исследование идей мультикультурализма через динамические кураторские и образовательные программы²³.

Казалось бы, традиционный музей должен сохранять, а современный – решать модные современные проблемы. Но дело в том, что миссия музея – не абстрактный малосодержательный девиз. В ситуации, когда музеи соперничают с кинотеатром, кафе и, что противоречит музейной этике^c другими музеями, миссия музея формулирует основные отличия данного конкретного музея от конкурентов, являясь своего рода визитной карточкой²⁴. Миссия музея мало чем отличается от имиджевой (престижной) рекламы, цель которой – формирование долговременного образа организации²⁵. Аналогия миссии музея и бренда организации часто вызывает психологическую неприязнь, но фактически, это одно и то же. С точки зрения конкуренции в сфере досуга, музей, основу коллекции которого составляет современное искусство, имеет конкурентное преимущество: современный музей изначально проектируется и позиционируется как площадка коммуникации и досуга, соответственно, более демократичен, и кроме того, обладает «популярным контентом». Исходя из этого, современный музей в своей миссии делает акцент на своё конкурентное преимущество – в нашем случае, коллекцию современного искусства и интерактивные развлекательно-образовательные программы, и выставки. Традиционный же музей, не обладая такими очевидными рыночными преимуществами, акцентирует внимание на своей глобальной социальной пользе. В зарубежной музеологии вопрос о социальной пользе музея рассматривается как вопрос о его

²²См.: Qui sommes-nous? // Le Centre Pompidou [Электронный ресурс] URL:

<https://www.centrepompidou.fr/fr/Le-Centre-Pompidou>

²³ См.: About // Guggenheim [Электронный ресурс] URL: <http://www.guggenheim.org/>

²⁴ См.: Лорд, Барри, Лорд, Гэйл Д. Менеджмент в музейном деле / Пер. с англ. Э.Гусинского и Ю.И.Турчаниновой; под ред. А.Б.Голубовского. – М.: Логос, 2002. С.16.

²⁵ См.: Котлер Ф. Основы маркетинга. М., Прогресс, 1990. С. 304.

выживании²⁶. Желая быть востребованным, музей позиционирует себя как многопрофильный культурный институт, предоставляющий различные формы досуга. Чтобы конкурировать с альтернативными досуговыми пространствами, музей утверждает свой уникальный набор практик в форме миссии музея. Однако позиционирование – это искусство создания образа, а не рабочая программа реновации. «Многопрофильный культурный институт» не существует иначе, как в форме привлекательного слогана, ориентированного на целевую аудиторию музея. На практике, это пока не действительная и, вероятно даже, бесперспективная концепция развития художественного музея.

26 См.: Carol Scott Measuring Social Value // Museum management and marketing, London & New York, 2007 с. 190.

I.2. Функции музея: традиционные, обновлённые, новые?

По мнению Д. Камерона, автора понятия «музейная коммуникация», музей - это культурный институт настоящего, и хотя его задачей является хранить память о прошлом, он должен быть неотъемлемой частью сегодняшней культурной ситуации. Тенденция к расширению сфер деятельности музея обуславливает появление новых функций. Вопрос о функциях музея дискуссионный, в ответе будет заключено понимание музея в его социокультурном контексте. Отличительная черта музея XXI века в его многофункциональности. Конечно, и ранее музей решал не одну только задачу хранения. В качестве основных функций выделяют функцию документирования, образования и воспитания, научно-исследовательскую, хранительскую (охранную), организации свободного времени, а также коммуникативную функции^{27 28}.

Главные функции музея, обусловленные по З. Странскому музейным отношением к действительности, музейной потребностью, достаточно стабильны. Музей, претендуя на решение ряда социальных проблем, среди которых художественная организация досуга, интеграция познавательной, развлекательной и творческой деятельности, формально не расширяет список своих функций, но фактически дополняет и видоизменяет привычную сферу деятельности. Кроме того, меняется приоритет некоторых обязанностей. В современном обществе существенно возросло значение функций образования, коммуникации и проведения досуга.

Наиболее заметным следствием сближения музея и общества является возрастание роли образовательной функции²⁹. Стереотипно, образование в музее понимается как услуга для детей школьного возраста, однако с возрастанием ценности знания в условиях избытка информации, меняется определение содержания образовательной функции, а значит и форма её

27 См.: Юренева Т. Ю. Музееведение: учебник для студентов гуманитарных специальностей высших учебных заведений - [4-е изд., испр. и доп.]. - М.: Альма Матер: Академический проект, 2007. С. 233.

28 См.: ред. Глебова Л. С., Тимофейчук М. Н. Словарь актуальных музейных терминов // Музей. 2009. Вып. 5.

29 См.: Мастеница Е. Н. Новые тенденции в развитии музея и музейной деятельности // Триумф музея? СПб: Изд-во СПбГУ, 2005. С. 140.

реализации. Благодаря относительному удобству привлечения аудитории и уже накопленному экспериментальному опыту работы³⁰, музейно-образовательные программы разрабатываются в основном для детей. Музейная педагогика на данном этапе развития работает преимущественно с системой школьного образования, но сама по себе музейно-образовательная деятельность направлена на задачи воспитания и развития личности человека любого возраста. К формам образовательной деятельности относится любое контролируемое взаимодействие с посетителем: экскурсия, художественно-практический кружок, научные чтения, лекции, фестиваль и другие методы, направленные на раскрытие творческих и интеллектуальных способностей личности и усиление положительной социальной активности. Пример зарубежных музеев показывает, что спрос на музейное образование у взрослой аудитории начинает возрастать³¹. Общение поколений в пространстве музея и обучение культурным стандартам³² также соответствуют образовательной функции. Но получение дополнительного образования также трактуется обществом скорее как развлекательный процесс и один из способов проведения досуга, а не как цель и общественное благо³³.

Тенденция постоянного взаимодействия с посетителем на экспозиции и вне стен музея обуславливает определяющую роль музейной коммуникации в современном музее. Коммуникационную функцию можно объяснить как функцию удовлетворения духовных потребностей человека в общении не только с культурным наследием, с иными эпохами и культурами, но и с другими людьми³⁴.

Один из главных мировых трендов в музееведении – рассмотрение

30 См.: Кетова Л. М. Музейная педагогика как инновационная педагогическая технология // Человек в мире культуры. 2012. №4. С. 79.

31 См.: Calendar & Events // Guggenheim [Электронный ресурс] URL: <http://www.guggenheim.org/>

32 См.: Чернега А. А. Проблемы и перспективы институционализации музея в российском обществе на современном этапе // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2013. №1 (13). С. 191.

33 См.: Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. - М.: Культурная революция, Республика, 2006. - 269 с.

музея в целом как сообщения, некоего медиа-явления³⁵. Музей – это и общественное пространство, место проведения досуга, место встреч, одним словом, площадка для обмена информацией. Но это также и непосредственно информационная единица: через экспозиции, выставки и образовательные проекты музей формирует некое представление об окружающем мире, воспринимаемую нами реальность. Через утверждение реальности в рамках экспозиции, музей выполняет не противоречащие друг другу задачи коммуникационной интеграции и дифференциации общества³⁶. Интегрирующая функция формирует социальную сплоченность и социальную ответственность, дифференцирующая функция – разделяет людей на группы по интересам.

Но на первый план выходит всё-таки функция удовлетворения досуговых потребностей человека. Современные музеи, особенно музеи современного искусства, сравнительно легко принимают тот факт, что музей сейчас в гораздо большей степени - это форма проведения досуга, и что это с этим можно работать в интересах музея³⁷. Тезис о том, что модель культуры как общественного блага постепенно уступает место модели культуры как индустрии делает музей производителем и продавцом впечатлений³⁸. Если музей хочет производить эффектное и эффективное впечатление, все музейные «услуги» должны быть оформлены в наиболее понятном, усваиваемом и привлекательном для посетителя виде. В первую очередь, музей «спускается» к посетителю, становится с ним условно на «ты» через различные программы взаимодействия с социумом, начиная от Интернет-акций типа «Селфи в музее»³⁹ и ведения музейных блогов, до уже привычной

35 См.: Николай Палажченко. Круглый стол «В ожидании музея» 21.11.2012 // Артхроника – журнал No.1 об искусстве в России [Электронный ресурс] URL: <http://artchronika.ru/news/round-table-udarnik/>

36 См.: Чернега А. А. Проблемы и перспективы институционализации музея в российском обществе на современном этапе // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2013. №1 (13). С.192.

37 См.: Николай Палажченко. Круглый стол «В ожидании музея» 21.11.2012 // Артхроника – журнал No.1 об искусстве в России [Электронный ресурс] URL: <http://artchronika.ru/news/round-table-udarnik/>

38 См.: Carol Scott Museums: challenges for the 21st century // Museum management and marketing, London & New York, 2007. С. 52.

39 См.: New Theme: #MuseumSelfie January 22nd // Culture Themes [Электронный ресурс] URL: <http://culturethemes.blogspot.ru/2013/12/new-theme-museumselfie-january-22nd.html>

международной акции «Ночь в музее»⁴⁰. По сути, к любой социальной активности музея можно делать приставку «развлекательная», поскольку музей вынужден оформлять свою деятельность в развлекательном ключе. Возможно, музей сможет создать новый способ потребления, органично сочетающий образовательный и развлекательный аспекты.

Реализация рекреационной функции предполагает обеспечение условий комфортного посещения музеев. Создание специальных околмузейных и внутримузейных структур с этой целью становится важной тенденцией. В первую очередь, под комфортом посетителя понимаются бытовые удобства рядового городского жителя: доступное время работы музея, наличие минимальных санитарных условий, удобство расположения музея и перемещения непосредственно внутри него. Тенденцией становится обеспечение доступности музея посетителям с ограниченными возможностями, что также вытекает из возрастающей социальной ответственности и активности музея и соответствует функции коммуникации⁴¹. В зарубежной практике давно и относительно успешно городская инфраструктура работает в тандеме с музеями, обеспечивая последние специальными транспортными маршрутами и торгово-гастрономическими точками, гармонично существующими в общем пространстве. Благодаря сотрудничеству и продуманному существованию торгово-развлекательных и транспортных городских структур, музей Лувр и Центр Помпиду в Париже, Музей Фонда Гуггенхайма в Нью-Йорке и Бильбао становятся единой социальной площадкой проведения досуга. Впрочем, это также объясняется экономическим фактором: музей активно отстаивает позицию культурообразующего института в целях поддержания экономических отношений со спонсорами. Потребность региона в усилении туристического бизнеса ставит перед музеем задачу формирования туристически привлекательного образа города как значимого

40 См.: Nuit européenne des musées// Le ministère de la Culture et de la Communication présente [Электронный ресурс] URL: <http://nuitdesmusees.culturecommunication.gouv.fr/>

41 См.: Ашаева С. В. Формы работы в музее с людьми с ограниченными возможностями // ОНВ. 2010. №4 (89). С. 220.

социокультурного центра⁴². Это взаимовыгодное сотрудничество повышает финансовый и социально-политический уровень и музея, и региона.

Кроме того, развитие внутренней и внешней музейной инфраструктуры включает в себя создание центров общественной жизни, клубов, обществ⁴³. В экономическом и административном аспекте, часть функций по управлению музеями делегируется разнообразным фондам, общественным и частным организациям⁴⁴, что также расширяет музейную организацию. В основном, это касается финансирования: фонды целевого капитала⁴⁵ и фандрайзинг⁴⁶, успешно обеспечивающие западные учреждения культуры, постепенно появляются в экономической практике музеев России. Зарубежные музеи входят в индустриальный сектор GLAM (аббревиатура «galleries, libraries, archives, museums»)⁴⁷. GLAM курирует создание и развитие свободного доступа к цифровому контенту на основе культурного наследия, принадлежащего галереям, библиотекам, архивам и музеям. Сектор организует необходимую административную и финансовую поддержку проектам создания открытого культурного достояния.

Демократизация деятельности музея, основанная на удовлетворении максимального количества потребностей посетителя, позволяет музею шире проникать в повседневную жизнь общества. Но в условиях ограниченных ресурсов, в первую очередь, финансовых, необходимо соблюдать баланс в реализации функций музея. Развитие коммуникативной и досуговой деятельности музея должно находиться в равновесии с ресурсным обеспечением остальных функций музея.

42 См.: *Бреднева В. А.* Идентичность в структуре досуга // Досуг: социокультурные и экономические перспективы / Под ред. В. Б. Устьянцева. Саратов: Издательство «Латанова В. П.», 2003. С. 62.

43 См.: *Гиль А. Ю.* Изменения в деятельности музеев с учетом тенденций развития современного общества // Вестн. Том. гос. ун-та. 2012. №364. С. 53.

44 См.: *Мастеница Е. Н.* Новые тенденции в развитии музея и музейной деятельности // Триумф музея? СПб: Изд-во СПбГУ, 2005. С. 141.

45 Эндаумент (от англ. endowment) – целевой фонд, предназначенный для использования в некоммерческих целях, при этом на проекты расходуются только доходы от инвестирования целевого капитала фонда, а сам капитал остаётся неприкосновенным.

46 Фандрайзинг (от англ. fundraising) - процесс привлечения денежных средств и иных ресурсов (человеческих, материальных, информационных), необходимых для реализации определенного проекта или обеспечения текущей деятельности.

47 См.: Glam - CC Wiki [Электронный ресурс] / Creative Commons URL: <https://wiki.creativecommons.org/wiki/GLAM>

I.3 Аудитория музея: потенциальная и реальная.

С начала формирования музея как социокультурного института его аудитория принципиально изменилась. И прежде всего, количественно: ограниченный круг друзей владельца коллекции превратился в «неограниченный круг лиц». А это сказывается на качестве, как самой публики, так и музейных услуг. Экономически музей поставлен в ситуацию необходимости привлечения как можно большего числа посетителей⁴⁸. Вместо пассивного ожидания посетителей музей занимается целенаправленным привлечением аудитории. Вышеуказанная необходимость ресурсного баланса в реализации функций музея находит отражение и в этом случае: баланс между аудиторией, привлечённой для количества и аудиторией «качества» также важен для нормального существования музея.

Посетителей музея можно условно разделить на следующие группы⁴⁹: массовый потребитель (фактически, случайный посетитель), активно познающая аудитория и культурно отдыхающая аудитория. Последняя категория рассматривает посещение музея как элитарный способ проведения досуга. В результате включения музея в индустрию досуга и развлечений, музей вступает в конкурентную борьбу с развлекательным центром, телевидением и Интернетом. Активно познающая аудитория – идеальная целевая аудитория любого музея, аудитория, которой понятен и интересен культурно-образовательный потенциал музея. Посетители этой категории представляют для музея большой интерес и ценность. В борьбе за популярность, не имея адаптированной к задачам учреждения культуры стратегии привлечения аудитории, музей логично использует маркетинговые приёмы и идеи своих конкурентов в сфере досуга. Но результатом такой маркетинговой политики становится прирост массового потребителя и относительный прирост культурно отдыхающей аудитории. Массовый потребитель, становясь основным посетителем, требует удовлетворения

48См.: Козиев В. Н., Потюкова Е. В. Музей и общество – СПб. 2015. С. 47.

49См.: Грачева Е. С. Музей как поле социокультурной коммуникации: диссертация кандидата социологических наук: 22.00.06 / Грачева Екатерина Сергеевна; [Место защиты: Сарат. гос. техн. ун-т]. - Саратов, 2010. С. 65.

своих интересов, а музей, придерживаясь клиентоориентированного подхода, обеспечивает их, чтобы не потерять так необходимую аудиторию. При этом, массовый потребитель часто идёт в музей, повинуюсь не столько осознанному желанию музейной коммуникации, сколько моде и праздному интересу, обусловленными музейным маркетингом. Таким образом, музей вынужденно обслуживает интересы посетителя, пришедшего в музей также вынужденно. С одной стороны, массовый потребитель обеспечивает посещаемость, но стоит отметить, что чаще всего, это разовая посещаемость, т.е. случайная⁵⁰. Это негативный фактор для музея, поскольку он лишается возможности прогнозирования посещаемости и состава аудитории, а значит, не может должным образом развивать коммуникационно-образовательную деятельность. Ориентируясь на массового потребителя, музей осуществляет на экспозиции принцип максимальной доступности информации, интерактивности и обновляемости коллекции, чтобы поддерживать интерес такой аудитории. Отчасти, доступность и массовая аттрактивность работает и на посетителя культурно отдыхающей категории. Организация социокультурного сервиса может осуществляться в ущерб интересам активно познающего посетителя, ведь ресурсы музея ограничены.

Демократизация и коммерциализация культуры делает музей не слугой культуры и общества, а обслуживающим персоналом «культурного фаст-фуда». Но оставаясь социальным институтом, музей стремится привлечь социально уязвимые слои населения, в первую очередь детскую аудиторию, включая дошкольников⁵¹, студентов и, в меньшей степени, пенсионеров. Детская аудитория является социально уязвимой, поскольку, во-первых, не обладает юридической дееспособностью, во-вторых, на практике не имеет права выбора – идти в музей или не идти, на что смотреть, что делать. Также музей разрабатывает специальную политику в отношении инвалидов, возлагая на себя миссию социальной адаптации и терапии. Музейная этика

50 См.: Козиев В. Н., Потюкова Е. В. Музей и общество – СПб. 2015. С. 115.

51 См.: Мастеница Е. Н. Новые тенденции в развитии музея и музейной деятельности // Триумф музея? СПб: Изд-во СПбГУ, 2005. С. 140.

поощряет доступность музея детям и людям с ограниченными физическими и умственными способностями, однако, это дискуссионный вопрос. Техническая доступность музейной экспозиции - пандусы, лифты, должным образом обустроенные туалеты, воспринимаемые этикетки (крупный шрифт, шрифт Брайля или аудио-сопровождение)⁵², в идеале – тактильно воспринимаемая экспозиция – неоспорима, но сложно осуществима и находится в критическом состоянии. А разработанные программы и экскурсоводы с навыками общения с инвалидами и специальные детские программы на «взрослой» постоянной экспозиции вызывают вопрос о целесообразности. Если музей ориентируется на активно познающую аудиторию, нет необходимости в дополнительном социально-развлекательном функционале, поскольку активно познающим посетителем и так двигает интерес. Если же музей ориентирован на массового потребителя, становится нецелесообразным продумывать и разрабатывать постоянную социально-просветительскую и образовательную экспозицию для детей и для инвалидов, поскольку это может привести к количественной потере посетителя потребляющего.

Публика определяет цели и задачи музея или музей, согласно своим интересам, выбирает и ведёт за собой аудиторию? Расстановка приоритетов по аудитории и социальным функциям взаимосвязаны. В зависимости от выбранной модели понимания музея как института, можно выбрать краеугольным камнем и то, и другое. Исходя из современных демократических тенденций, аудитория всё же определяет социальную деятельность музея. Музею остаётся только выбрать аудиторию, которой он сможет соответствовать согласно своей миссии.

Информационные тенденции развития современного общества, и экспансия массовой и популярной культуры привели к изменению социокультурной роли и миссии художественного музея, которые до сих пор окончательно не установились и находятся в динамике.

⁵² См.: *Ашаева С. В.* Формы работы в музее с людьми с ограниченными возможностями // ОНВ. 2010. №4 (89). С. 221.

Миссия музея выходит за рамки сохранения и актуализации культурного наследия, включая в это понятие решение глобальных социальных проблем. В то же время, музей становится частью рыночной экономики и индустрии развлечений, что сказывается на интерпретации и реализации основных направлений развития. Противоречие между функцией современного досугового центра и научно-культурной деятельностью не позволяет музею прочно утвердить ни развлекательно-потребительскую основу, ни занять фундаментальное культурно-аксиологическое и просветительское место в социуме.

Социально-экономические реалии постиндустриального общества обращают внимание музея на относительно новые для него вопросы стратегического управления и продвижения на рынке досуга. Вынужденный в первую очередь решать вопросы финансового обеспечения, музей прибегает к непривычным технологиям управления. Стратегическое планирование и механизмы привлечения потребителя, заимствованные у индустрии развлечений, являются кратковременным решением системного кризиса музея. Адаптация социальных технологий к особенностям учреждений духовной сферы позволит музею сохранить статус важного социокультурного института и стать платформой для формирования новых ценностных ориентаций.

ГЛАВА II. ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИЯ В МУЗЕЕ. АДАПТАЦИЯ ПРЕДМЕТНО-ПРОСТРАНСТВЕННОЙ СТРУКТУРЫ

Музеи отечественные и зарубежные уже давно и относительно успешно используют технологии позиционирования и продвижения музейного продукта на рынке культурных услуг. Адаптация на уровне экономической и культурной коммуникации с обществом - не единственное направление создания музея нового времени. Необходимость технологических преобразований в материально-технической структуре музея обусловлена далеко не глобальным информационным и техническим развитием. Освоение электронных и информационных технологий, внедрение автоматизированной информационной системы и других технических новшеств в работу по учёту и хранению являются данью прогрессу и требуют лишь нормального финансирования. Иначе обстоит дело с усложнением социальных и экономических отношений, модификацией социокультурных основ музея, требующих технической модернизации. Крайне важен момент соответствия технических преобразований глубинной реорганизации сущности музея, т.к. в музейной среде отчётливо проявилась тенденция «комфортной» внешней модернизации, суть которой заключается в оснащении музея техническими средствами как самоцели, без изменения научной и идеологической основы. На первый взгляд такой музей кажется современным, но при дальнейшем знакомстве с его деятельностью контраст между устаревшими приёмами экспозиции, методами работы с посетителями и мультимедиа в игровом формате лишь подчёркивает несоответствие музея потребности общества. Интересен пример музеев современного искусства, которые оказываются вовсе не современными точки зрения построения экспозиции⁵³.

Глобальной и сложной задачей является поиск соответствующих времени экспозиционных решений. Однако в первую очередь, как ни странно, изменений требует не экспозиция – основной инструмент взаимодействия музея и публики, а внешняя коммуникационная

⁵³ См.: Бишон, Клэр Радикальная музеология, или Так ли уж «современны» музеи современного искусства? — Москва: Ad Marginem, 2014. С. 32.

деятельность: представительство музея в сети Интернет и на телевидении, реклама и PR. В связи с освоением медиа пространства и конкретно глобальных информационных сетей интересен феномен виртуального музея, который вовсе не тождественен сайту музея, как кажется на первый взгляд. Важным пунктом является структурное включение музея в городскую среду, начиная от архитектурного решения, заканчивая включением музея в экономическую систему региона. Следующей задачей становится разработка внутримуззейной инфраструктуры, обеспечивающей комфортное нахождение посетителя в музее на протяжении длительного времени с максимальной культурной, образовательной, развлекательной и экономической эффективностью.

II.1 Новые технологии в экспозиции музея

В условиях глобализации ценность приобретает не столько сама информация, сколько её новизна. Следовательно, ускоряется моральный износ экспозиции: если ранее постоянная экспозиция не менялась десятилетиями и оставалась при этом актуальной, то сегодня музеям необходим максимально гибкий формат экспозиции с возможностью корректировки или даже полной смены экспозиционных решений согласно новым концепциям. К примеру, Louvre-Lens - филиал Лувра в городе Ленс, расположенный в 200 километрах от Парижа – планирует полностью обновлять постоянную экспозицию каждые 5 лет. Потребность в динамичной экспозиции привлекает в музей специалистов из смежных областей – психологии и социологии. Более того, в самостоятельное направление выделилось музейное проектирование – своего рода инженерия музейного дела.

В понятие морального износа входит не только смысловая актуальность информации, но и техническое оснащение экспозиции. Отметим, что наибольшую трудность представляет собой модернизация основной экспозиции, созданной на основе исторического здания. В обществе смартфонов и широкодоступного Интернета классическая экспозиция с относительно скухими этикетками и пояснительным текстом на входе действительно выглядит нелепо устаревшей. Даже относительно современные аудиогиды и совсем современные видеогиды (для глухих и слабослышащих посетителей)⁵⁴ требуют редактуры содержания и технического обновления.

Во внедрении в пространство музея, в том числе, в качестве экспозиционных приёмов, современных технологий музеи видят самый простой и доступный способ адаптации. Но художественный музей с осторожностью использует информационные и мультимедийные новшества, ведь его предмет показа особенно остро реагирует на вторжение другой

54 См.: Светлана Янкина / Третьяковка запускает видеогид на языке жестов [Электронный музей] // 2016 The Art Newspaper Russia. 09 ноября 2015. URL: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/2324/>

образной системы. Современное искусство берёт на вооружение этот «иностранный язык» с точки зрения традиционного музея и использует голографию, делает видеоинсталляции, цифровые произведения, которые прекрасно вписываются в пространство современного музея с его белым кубом. Видеоарт органично смотрятся в стенах Центра Помпиду и музеев фонда Гуггенхайма, однако выставленная в этих музеях работа Билла Виолы «Море безмолвия» выглядит чужой в интерьерах Фойе Эрмитажного театра. Если речь идет о классическом художественном музее, о Государственном Эрмитаже или Третьяковской галерее и ее экспозиции, то включение даже вспомогательного мультимедиа в экспозицию XIX в. – это достаточно агрессивный прием. Тем не менее, уже давно стали привычными разнообразные информационные терминалы в музеях⁵⁵. Они являются вспомогательными инструментами для навигации по экспозиции, реже по отдельной картине, например, как в Государственном Русском музее по картине И. Е. Репина "Заседание Государственного совета". Другой инновационный способ информационного сопровождения экспозиции – мобильные приложения-путеводители. В Русском музее подобное взаимодействие посетителя и музейного предмета осуществляется в проекте «Дополненная реальность», который предлагает посетителю считывать qr-код с помощью специального приложения и получать информацию о предмете на смартфон. ГМИИ им. Пушкина реализует использование qr-кодов на временных выставках. Лувр и Эрмитаж предлагают аудиогиды для смартфона с обзорными и тематическими голосовыми экскурсиями. Приложение Эрмитажа также помогает составить собственный интерактивный маршрут и осуществляет навигацию и информационное сопровождение. Мобильные приложения – достаточно затратная для музея, но привлекательная для посетителя альтернатива бумажным буклетам, путеводителям и информационным терминалам, особенно, если проявляется тенденция частой смены экспозиции. Экраны и панели, демонстрирующие

55 См.: Идеальный музей – какой он? / Лебедев А.В. [Электронный ресурс] // Артхроника – журнал No.1 об искусстве в России URL: <http://artchronika.ru/themes/ideal-museum-rt/>

видеоролики на заданную тему уже отвлекают на себя гораздо больше внимания. С одной стороны, их служебно-вспомогательная функция очевидна, с другой же, видео непосредственно на экспозиции рассеивает внимание посетителя и становится уже не только вспомогательным инструментом, но альтернативой предмету. Выделение специального пространства для показа сопроводительных видеороликов – видеозалов, как, например, в ГМИИ им. Пушкина, Центре Помпиду, музее Боде - решает этот вопрос. Необходимо отметить, что лектории и кинозалы в художественном музее выполняют совершенно иную функцию – специально образовательную. Посетитель идёт в лекторий целенаправленно за получением знаний по заявленной теме, в том числе, через просмотр видеоматериалов, и его внимание полностью сосредоточено на восприятии информации такого рода. На экспозиции посетитель настроен на восприятие художественного произведения, но поскольку внимание человека непроизвольно (пассивно), оно легко переключается на более динамичный, следовательно, более выразительный⁵⁶ раздражитель, в данном случае – видео. Впрочем, это касается любых технологических средств, включенных в экспозицию как самоцель, а не как инструмент сопровождения.

Итак, цифровые технологии в художественном музее могут служить сопроводительным инструментом показа или навигации по музею, альтернативой предмету. Ещё одной возможностью мультимедиа является интерпретация произведения. Цели мультимедийной инсталляции - вовлечь посетителя в тематику, объяснить непонятное, показать скрытые стороны произведения, часто дать возможность «принять участие», что способствует получению новых визуальных и эмоциональных впечатлений. Активное применение мультимедийных технологий для показа художественного произведения в целях усиления эмоционального впечатления - весьма рискованный проект. Популярный мультимедийный арт-проект «Ожившие полотна», показавший картины Ван Гога, а теперь и Айвазовского,

⁵⁶ Арнхейм, Рудольф Искусство и визуальное восприятие / Пер. с англ. - М.: "Архитектура-С", 2012. С. 376.

безусловно, позволяет приобрести новые визуальные и слуховые впечатления, но это мультисенсорное шоу не относится к музейной практике и музейному опыту переживания. Эта интерпретация традиционной экспозиции в духе информационного общества является отрицательным примером для музея. Но есть и удачные решения: для российской практики таковым является выставка "Библейские эскизы Александра Иванова" в Государственной Третьяковской галерее – проект, победивший в конкурсе «Меняющийся музей в меняющемся мире» 2007 г. На выставке были представлены около 100 акварелей художника, представляющих собой эскизы к монументальным росписям. Акварели спроектированы на стены выставочного пространства, помещая зрителя в пространство воображаемого храма. Таким образом, оставшиеся лишь на бумаге идеи Иванова воплощаются в задуманные им фрески, что даёт возможность зрителю увидеть неосуществлённое произведение искусства. Материалы по выставке и фрагменты мультимедийной инсталляции доступны на сайте Третьяковской галереи⁵⁷, сама выставка успешно ездит по музеям страны. Инсталляция в этом случае не заменяет собой подлинник, но даёт посетителю возможность близкого соприкосновения с произведением искусства.

Вопрос финансирования всегда остро стоит для музея и, естественно, затрагивает и техническую модернизацию. Помимо непосредственно материальных ресурсов – электронных панелей, информационных киосков, аудио- и видеоустройств перед музеем стоит задача разработки программного обеспечения, что также требует больших затрат.

Тенденция сближения музейного предмета и посетителя находит выражение в создании открытых фондов. Экскурсионное посещение фондов является десакрализацией деятельности музея для посетителя, приобщением к его внутренней элитарной культуре. Открытое хранение позволяет не только ознакомиться с предметным содержанием фондов, но и даёт

57 См.: Александр Иванов (1806-1858). Рисунок. Акварель. Библейские эскизы из собрания Государственной Третьяковской галереи / Мультимедиа издания [Электронный ресурс]// Государственная Третьяковская галерея 2016. URL: http://www.tretyakovgallery.ru/ru/museum/publication/multimedia_editions/

возможность видеть принцип размещения и особенностями хранения музейных предметов. Безусловно, это требует больших ресурсных затрат, что в условиях отсутствия во многих музеях приемлемо оснащённых закрытых фондов, является большим препятствием. Фонды открытого хранения требуют не только создания адекватных климатических и бытовых условий хранения, но и проработки системы экспонирования.

Первым открытым фондом в отечественной музейной практике был фонд открытого хранения скульптуры Государственного Русского музея во флигеле Росси, позже перенесённый в Михайловский замок⁵⁸. Стекланные боксы и выдвижные панели обеспечивают одновременно наглядность и сохранность предметов. Кроме того, экспозиция оснащена цифровым приложением, содержащим необходимые сведения о коллекции. Самым современным и масштабным открытым фондом является реставрационно-хранительский центр Государственного Эрмитажа «*Старая деревня*» (далее *Фондохранилище Эрмитажа*). Комплекс зданий, включающий фондохранилище, выставочно-лекционный, реставрационный, инженерный и административный корпуса считается одним из крупнейших фондохранилищ в мире. Самые современные технологии хранения и экспонирования не только по отечественным, но и по мировым масштабам обеспечивают Фондохранилищу Эрмитажа привлекательность и удобство с точки зрения туристов. Местоположение (близость к метро и возможность парковки автомобиля), архитектура и лекционно-выставочные функции комплекса делают его одним из самых успешных проектов под брендом Государственного Эрмитажа.

Изменения касаются также непосредственно музейных предметов, выставляемых на экспозиции. В художественном музее, в отличие от коллег исторического и научно-технического типа, доля использования вспомогательных музейных предметов традиционно была не велика. Однако сейчас вспомогательные предметы, обычно, воспроизведения, появляются в

58 См.: Открытый фонд скульптуры [Электронный ресурс] // Русский музей. Михайловский замок URL: <http://rusmuseum.ru/mikhailovsky-castle/exhibitions/outdoor-sculpture-fund/>

экспозиции всё чаще. В основном, это связано с включением в музейную деятельность детских и инклюзивных программ, но у использования воспроизведений в экспозиции есть и другие функции.

Копия в музее – это частный случай воспроизведения. К воспроизведению музейного предмета также относятся репродукция, модель, макет, муляж, слепок, голограмма, реконструкция. У каждого из этих видов воспроизведения свои функции и ни в коем случае не следует их путать.

Независимо от вида, все воспроизведения музейных предметов структурно относятся к научно-вспомогательному фонду музея и только в редких случаях (чаще всего, утрата подлинника) могут перейти в основной фонд. В музеях исторического и естественнонаучного профиля воспроизведения используются в экспозиции для наглядности и повышения информационного потенциала наряду с картами, схемами и проч. Применительно к художественному музею, стоит говорить о копиях, репродукциях, слепках и муляжах. Тиражирование и использование копии в качестве предмета показа обеспечивает сохранность подлинного предметов искусства: чем больше сделано копий, тем больше вероятность того, что одна из них сохранится на неопределимо большой срок. При достаточном количестве ресурсов и возможностей, произведение искусства должно иметь как минимум одну высококачественную копию.

Экспрессивность музейного предмета предполагает его способность к эмоциональному воздействию на зрителя, выразительность. И это свойство также присуще хорошо выполненной копии. К вопросу о восприятии и распознавании копии зрителем можно привести любопытный эксперимент, проведённый Лондонской галереей Dulwich Picture Gallery⁵⁹. Одна из 270 картин экспозиции старых мастеров была заменена на копию, специально заказанную для этой акции в Китае. В течение 3 месяцев, посетители внимательно, как никогда, изучали картины, пытаясь отыскать подделку. В голосовании приняло участие около 3000 человек, правильно угадали, какая

59 См.: Dulwich Picture Gallery's 'fake' painting revealed [Электронный ресурс] // BBC News - Entertainment & Arts URL: <http://www.bbc.com/news/entertainment-arts-32493860>

из представленных картин является копией, 10%. После объявления результатов, подлинник и копия были выставлены рядом для сравнения.

Стоит отдельно упомянуть о культуре и мастерстве копий в Китае, как бы парадоксально это ни звучало. Искусные китайские копиисты делают очень точные копии, не выцветающие со временем, что позволяет сохранить редчайшие произведения искусства. Эта технология - «мубань шуйинь» (кит. «цветная репродукция с деревянных клише») по изготовлению репродукций картин внесена в октябре 2011 года в список нематериального культурного наследия Китая⁶⁰. Репродукции делаются не только на продажу, но и для включения в экспозицию. Спрос у частных лиц и музеев на эти копии довольно высок, кроме того, много иностранцев приезжает в Китай, чтобы научиться этой технике.

Современный музей – это значительно больше, чем выставленные в одном пространстве коллекции, объединённые тематическим значением. Музей сейчас – это пространство диалога разных объектов друг с другом, где каждый предмет остаётся по отдельности в своей цельности и культурной значимости. Кроме того, музейное пространство и само теперь рассматривается, как художественный объект, воспринимаемый по критериям искусства. Исходя из этого, язык экспозиции⁶¹ должен быть максимально подвижным, простым, универсальным, но художественно ярким и выразительным. При этом в условное понятие языка экспозиции входит фактически всё визуальное воплощение концепции музея, начиная от цвета стен и освещения до содержания этикеток. Музеи новые в прямом смысле – строящиеся с нуля – имеют существенное преимущество, т.к. могут обратиться к музейному проектированию, в задачи которого как раз входит разработка и реализация инновационного музейного проекта с перспективой на его долгосрочное развитие⁶². Музеи фонда Гуггенхайма в Нью Йорке по проекту Фрэнка Ллойда Райта (1959 г.) и в Бильбао по проекту Фрэнка Гери

60 См.: *Сябренько Мария* Поймать мысль на кончике кисти // "Российская газета" - Спецвыпуск "Дыхание Китая". 2013, № 4, с. 12.

61 См.: *Мени, Петер Ван* Коммуникация: язык экспозиции // Вопросы Музеологии №1 (9). 2014. С. 256.

62 См.: Музей будущего: информационный менеджмент /Составитель А.В.Лебедев. Научные редакторы А.В.Лебедев, Е.Л.Иванова, Е.А.Лебедева. М., 2001. С. 11.

(1997 г.) являются собой прекрасные примеры революционного на тот момент времени и весьма успешного инженерно-экспозиционного решения. Самые современные примеры новых художественных музеев ещё только предстоит оценить публике: в 2017 г. в Абу-Даби, ОАЭ планируется открытие Музея современного искусства Гуггенхайма также по проекту Фрэнка Гери, а филиал Лувра в Абу-Даби, ОАЭ по проекту архитектора Жана Нувеля должен открыться уже в 2016 г.⁶³ Для России грандиозным музейным событием такого формата станет открытие до 2022 года центра Эрмитаж-Москва, который спроектировал Хани Рашид (бюро Asymptote Architecture)⁶⁴. Трудности с адаптацией экспозиции к меняющейся аудитории имеют музеи с историей – старые музеи, чья внутренняя организация и экспозиция, по сути, также являются объектом музейного дела, музеем в музее. Музеи в зданиях, представляющих историческую ценность, существуют в достаточно жёстких рамках сохранения не только внешнего архитектурного наследия, но и внутреннего убранства. Невозможно сравнить обновление постоянной экспозиции в Лувре и Центре Помпиду из-за исторической насыщенности одного и изначально заложенной универсальности экспозиционного пространства другого. Однако, что интересно, новая постоянная экспозиция Центра Помпиду представляет собой только лишь новые экспонаты – современные работы, вошедшие в коллекцию за последние пять лет благодаря меценатам и «друзьям музея»⁶⁵. Поистине сложная инженерно-художественная задача – совместить в одном пространстве наглядную историю, например, дворца и выразительную легко меняющуюся основную экспозицию. Реставрация и модернизация Восточного крыла здания бывшего Главного штаба – пример достаточно эффективной реорганизации пространства под музей. Современная инфраструктура музейного сервиса

63 См.: 10 главных проектов-предвкушений 2016 года // speech: archspeech. Интернет-издание об архитектуре, градостроительстве и дизайне [Электронный ресурс] URL: <http://archspeech.com/article/10-glavnyh-proektov-predvkusheniy-2016-goda>

64 См.: Янкина Светлана На открытие Центра Эрмитажа на ЗИЛе в Москву привезут петербургскую часть коллекций Щукина и Морозова [Электронный ресурс] // The Art Newspaper Russia URL: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/2185/>

65 См.: Центр Помпиду представил новую постоянную экспозицию в реконструированных залах [Электронный ресурс] // Журнал Артгид URL: <http://artguide.com/news/3907>

органично включена в «эрмитажный» стиль комплекса через анфиладные построения, висячие сады и большие выставочные залы⁶⁶. Это позволяет сохранить образ и авторитет традиционного элитарного музея, совместив его с разноплановыми экспозициями, как по содержанию, так и по техническому оборудованию. Но этот проект можно приравнять фактически к созданию нового музея в новом пространстве, пусть и ограниченном задачами музеефикации.

Большая часть работы с экспозицией в традиционных музеях сводится к обновлению экспозиционного материала, в меньшей степени к техническому оснащению и текстовому сопровождению. Это было бы правильно и оправдано с точки зрения просветительской функции музея, если бы не было одновременно основным принципом работы, понимаемым под модернизацией. Музейная экспозиция помимо предоставления фактической информации выполняет специфическую функцию моделирования культурной реальности⁶⁷. Очевидно, что традиционные музеи в приспособленных исторических зданиях ограничены в использовании архитектурно-технических средств и вряд ли смогут отказаться от шпалерной развески. Вопрос о пропорции просветительской и зрелищной составляющих должен решаться каждый раз индивидуально, с учётом всех возможных характеристик. Сложность вписывания актуального содержания в неизменную форму является основной проблемой адаптации традиционного художественного музея.

66 См.: Музейный комплекс Государственного Эрмитажа в Восточном крыле Главного штаба [Электронный ресурс] // Архитектурная мастерская «Студия 44» URL: http://www.studio44.ru/rus_ver/proekty/projects/

67 См.: Сотникова С. И. Музей в меняющемся мире (наука и практика) // Обсерватория культуры. Вып. 2, 2007 г. С. 11.

II.2 Информационные технологии и виртуальная реальность в музее

Музейная информатика – чуть раньше в зарубежных музеях, чуть позже в российских – стала не просто самостоятельным, но одним из ведущих направлений развития музея. Ассоциация по документации и новым информационным технологиям в музеях (АДИТ) формулирует следующие цели современной музейной информатики:

- сохранение и интерпретация материального и нематериального культурного наследия с помощью цифровых технологий.
- развитие современных интерактивных видов музейной деятельности для привлечения внимания молодежной аудитории к историко-культурному наследию.
- виртуализация окружающего мира и связи этого процесса с музейной практикой⁶⁸.

Музей как онтологически консервативное учреждение в первую очередь освоил работу с информационными системами. Автоматизированные информационные системы (АИС) усовершенствовали учётно-хранительскую деятельность музея. С помощью АИС в музеях создаются интегрированные базы данных музейных коллекций, включающие различные среды (тексты, изображения, аудио, видео, анимацию), объединенные гипермедийными ссылками. Коммерциализация и самостоятельное существование сектора GLAM в зарубежном опыте создали спрос на разработку программного обеспечения специально для учреждений культуры и платформ, объединяющих их в международную сеть⁶⁹. В целом, зарубежный рынок музейных программ весьма разнообразен и предлагает не только разнообразие АИС, но и множество других программ для музейного менеджмента и маркетинга⁷⁰. На отечественном рынке музейного программного обеспечения утвердились автоматизированная система

68 См.: Информационное письмо [Электронный ресурс] / АДИТ 2016 URL: <http://www.adit.ru/conf/2016/informacionnoe-pismo.html>

69 См.: Perkins, John. Planning for Museum Automation Student Workbook, Pittsburgh: Archives & Museum Informatics, 1993. С. 10.

70 См.: Top Museum Software Products [Электронный ресурс] / Capterra Inc. URL: <http://www.capterra.com/museum-software/>

"Музей" (Главный информационно-вычислительный центр Министерства культуры РФ) и Комплексная автоматизированная музейная информационная система – КАМИС (ОАО "Альт-Софт", Санкт-Петербург). Хотя некоторые музеи используют самостоятельно разработанные системы, например, Эрмитаж и его «Атлант». Ещё раз отметим, что внедрение АИС в работу музея относится к естественному техническому прогрессу. Музей всё так же осуществляет функцию хранения, только использует при этом электронные средства и информационные технологии.

По мере роста информационно-компьютерной культуры, музей активно осваивает киберпространство. Парадоксально, но экспозиция музея хоть и остаётся основным и самым важным способом коммуникации с посетителем, однако в информационную эпоху больше не является «лицом» музея. Значительная часть посетителей начинает знакомство с музеем с его представительства в СМИ. Для ряда потенциальных посетителей общение с музеем на этом и заканчивается. В современной информационной среде именно медиа определяет новые нормы и приоритеты общества. Без информационной поддержки музея в медийном пространстве и правильно осуществляемой маркетинговой стратегии в глобальных сетях, музей выпадает из непрерывного информационного пространства современности. Информационная задача решается созданием сайта и аккаунтов в основных социальных сетях, разработкой мультимедийных экскурсий, предоставлением каталога (части коллекции) в свободный доступ. Эффективным применением цифровых и информационных технологий будет включение виртуального пространства в залы музея, путём создания виртуальных филиалов с электронными изображениями вместо реальных экспонатов.

Самым простым и удобным обеим сторонам (музею и пользователю) способом войти в информационное пространство является создание сайта и представительства в социальных сетях. Наличие у музея своего сайта, хотя бы одностраничного с контактной информацией, уже давно стало нормой, тем более что сейчас возможности управления дизайном и структурой

позволяют сконструировать сайт самостоятельно. Впрочем, продукты шаблонных конструкторов активно заменяются оригинальными продуманными сайтами, презентующими музей как учреждение и как маркетинговый продукт. Сайт – это визитная карточка музея для всех категорий потребителей и, что крайне важно, для действующих и потенциальных спонсоров. В недалеком прошлом собственный сайт давал музею лишь дополнительные возможности для презентации своих коллекций, теперь же это один из первых уровней контакта музея и потребителя. Кроме того, посещаемость сайта и упоминаемость музея в медиа-пространстве – гораздо более объективный показатель популярности музея в социуме, нежели количество проданных билетов. Музеи постепенно отходят от преобладания на сайте исторической и контактной информации, размещая всё больше интерактивных и образовательных материалов, делающих пребывание на сайте познавательным для посетителя. Однако ещё не в полной мере произошло осознание того, что Интернет-пространство стало такой же значимой коммуникативной площадкой, как и реальная экспозиция. Официальные музейные сайты до сих пор предоставляют информацию, ориентированную только на приход посетителя и его коммуникацию с музеем в реальном пространстве. В то время как одно меню «Спланируйте ваше посещение» («Plan your visit») на сайтах крупных зарубежных музеев (Лувр⁷¹, Музей Соломона Гуггенхайма в Нью-Йорке⁷² и Бильбао⁷³) и частично соответствующая вкладка «Посетителям» на сайтах Эрмитажа⁷⁴, Русского музея⁷⁵ и Пушкинского музея⁷⁶ соответствует содержанию всего сайта многих других музеев. Возникает закономерный вопрос, что ещё может быть интересно посетителю на сайте музея, кроме

71 См.: Le Louvre, une institution séculaire tournée vers l'avenir [Электронный ресурс] URL: <http://www.louvre.fr/en/agenda>

72 См.: The Solomon R. Guggenheim Foundation [Электронный ресурс] URL: <http://www.guggenheim.org/>

73 См.: FMGB Guggenheim Bilbao Museoa [Электронный ресурс] URL: <http://www.guggenheim-bilbao.es/en/plan-your-visit/>

74 См.: Посетителям [Электронный ресурс] / Государственный Эрмитаж URL: <https://www.hermitagemuseum.org/wps/portal/hermitage/visitus?lng=ru>

75 См.: Посетителям [Электронный ресурс] / Русский музей URL: <http://www.rusmuseum.ru/for-visitors/>

76 См.: Посетителям [Электронный ресурс] / Государственный музей изобразительных искусств URL: <http://www.arts-museum.ru/visitors/index.php>

часов работы, цены и доступных экскурсионных программ, и открытых выставок?

Стоит отметить, что в киберпространстве музейный сайт также конкурирует с другими информационными порталами, как музей с другими способами проведения досуга. Поэтому качественное наполнение контента важно для обеспечения конкурентоспособности сайта, где всегда есть актуальная и полезная информация, и для поддержания имиджа музея, как динамично развивающегося учреждения, где происходят достойные внимания события. Вышеперечисленные музеи освещают с разной степенью информативности всю свою деятельность: научно-исследовательские проекты и публикации, образовательные программы, секции, лектории и клубы при музее, и их активность, основной состав коллекций, включая не только постоянную экспозицию, но и фонды, информация о текущих и готовящихся выставках, доступ к музейным изданиям, мультимедийным программам и т.д. Доступность информации является показателем современного субъекта социальных отношений. В связи с этим, музеи выводят в открытый доступ часть электронных каталогов своих коллекций, создают виртуальные гиды и панорамные виртуальные экскурсии. Вышеописанные информационные музейные системы, предназначенные для учётно-хранительской деятельности, становятся базой для создания электронных каталогов. Это ни в коем случае не становится альтернативой походу в музей, поскольку, во-первых, музей внимательно продумывает, что показывать, а что нет. Во-вторых, изображение в самом высоком разрешении и с детальным описанием не даёт полного представления о произведении, а таких изображений всё ещё сравнительно мало в каталогах и электронных галереях. Перед музеем стоит задача дать информативную и яркую справку, фактически, анонс или рекламу, для того, чтобы посетитель пришёл в музей. Напрашивается наивное предложение не выкладывать в сеть никакие музейные материалы, чтобы посетитель был вынужден отправиться в музей, однако неконтролируемая циркуляция данных позволит пользователю найти

необходимые сведения на других Интернет-порталах. С точки зрения маркетинга, выгоднее, чтобы пользователь по всем вопросам, связанным с музеем и его тематикой, как можно чаще обращался на официальный сайт.

Большинство музеев на сегодняшний день реализуют бронирование и продажу билетов онлайн. В скором времени, так же распространены будут каталоги музейной продукции и интернет-магазины. В зарубежной музейной практике онлайн-магазины давно стали частью музейной деятельности - интернет-магазин Лувра функционирует с 2000 года⁷⁷. За это время музейная коммерция организационно вышла на другой уровень развития: 38 музейных магазинов Франции объединены в интернет-портал The Club Boutiques de Musées под руководством Министерства культуры и коммуникаций Франции⁷⁸. Музейный остров в Берлине также создал общий для своих музеев портал с удобным многоуровневым фильтром продукции по музеям, коллекциям и категориям товаров. Крупные отечественные художественные музеи также осваивают виртуальные торговые площадки: Русский музей, Эрмитаж, Третьяковская галерея и Пушкинский музей запустили онлайн-магазины.

Если сайт – это визитная карточка музея, то аккаунты в социальных сетях – это неформальные отзывы и рекомендации о нём. Формат социальной сети с возможностью прямого общения и относительной анонимностью максимально сближают музей и посетителя, почти полностью уравнивая их. Необъятное пространство музея, тысячи и миллионы единиц хранения, весь штат сотрудников, концентрируются в одном аккаунте и вступают в прямой контакт с посетителем. Сам факт наличия площадки в соц.сетях (Facebook, Instagram, Twitter, ВКонтакте) формирует у посетителя образ музея, открытого к взаимодействию, готового к общению. Социальные сети за счёт более мобильного интерфейса позволяют размещать дополнительную информацию и оперативно обновлять её, привлекая внимание к конкретным

77 См.: Museum shop [Musée du Louvre](http://www.boutiquesdemusees.fr/en/boutique/museum/musee-du-louvre/) [Электронный ресурс] / Réunion des musées nationaux - Grand-Palais URL: <http://www.boutiquesdemusees.fr/en/boutique/museum/musee-du-louvre/>

78 См.: Le Club Boutiques de Musées [Электронный ресурс] / RmnGP. URL: <http://www.club.boutiquesdemusees.fr/en/login>

событиям в музее. Обмен фотографиями, новостями, прямая и скрытая мотивация к посещению и просто ведение диалога с посетителями дают возможность поддерживать музейную активность вне стен музея. Традиционный музей, не имея ресурсов для создания современной концепции и обновления экспозиции, может использовать коммуникации в соц.сетях в целях реализации развлекательной и образовательной функций.

Главным достоинством социальных сетей является получение обратной связи и возможность сбора статистических данных. Отзывы посетителей и общая активность участников позволяют делать выводы об успешности различных проектов музея. Статистические исследования в социальных сетях дают сведения о гендерном соотношении, возрастных категориях, географии потенциальной аудитории, и, при более детальном анализе, об интересах и предпочтениях посетителей. Исследуя аудиторию социальных сетей музея и разрабатывая концепцию аккаунтов и сайта, необходимо помнить, что большая часть пользователей в этом случае – только потенциальная аудитория.

Виртуальные интерактивные программы и виртуальные филиалы музея – действительно инновационный проект и существенный шаг в сторону создания полноценных виртуальных музеев. Любители искусства в силу разного рода причин не могут увидеть шедевры художественных музеев других городов и стран. Им остаются репродукции, часто, не лучшего качества и такие же сомнительные по уровню цветопередачи и четкости цифровые изображения. Специализированные порталы, предоставляющие оцифрованные произведения искусства онлайн в приемлемом качестве, идеально выполняют просветительскую и в ряде случаев образовательную функцию художественных музеев. Google Art Project Академии Культуры Google – одна из самых известных интернет-платформ для ознакомления и изучения произведений искусства, собравшая сотни тысяч музейных предметов со всего света на экране одного монитора. На портале представлено 247 716 экспонатов (по данным счётчика общей галереи

проекта)⁷⁹. Некоторые картины представлены гигапиксельными фотографиями, снятыми для сервиса специальной камерой. Часть музейных экспонатов сканируются 3D-сканером, таким образом, виртуальные модели можно вращать и масштабировать, что было бы невозможно в условиях реального музея. Кроме того, для каждого музея были сделаны панорамные съемки залов и здания, что позволяет ознакомиться с архитектурой и экспозиционно-художественным решением, имитируя реальный музейный опыт. В Google Art Project приняли участие, в том числе Русский музей, Эрмитаж, Пушкинский музей и Третьяковская галерея, причём, что интересно, только Русский музей и Третьяковская галерея разместили ссылку на этот проект на своих официальных сетевых ресурсах. У Арт-проекта есть европейские аналоги в смежных областях: некоммерческая цифровая библиотека Europeana отражает в основном книжную европейскую культуру, но также сохраняет в цифровом виде и открытом доступе произведения европейского искусства⁸⁰, британская благотворительная организация Art UK знакомит мировую общественность с национальной коллекцией живописи, а в 2017 году планирует приступить к оцифровке скульптуры⁸¹.

В российской практике пока распространены публикации основных предметов коллекции в каталогах местных сайтов и виртуальные панорамные прогулки по залам музея. На фоне этих весьма скромных по мировым мультимедийно-цифровым меркам выделяются проекты виртуальных филиалов и образовательные мультимедийные программы. Русский музей создал международную сеть информационно-образовательных центров «Русский музей: виртуальный филиал», реализующую доступ к коллекции Русского музея самой широкой аудитории посредством электронно-цифровых материалов⁸². По всему миру функционирует уже более 150 виртуальных

79 См.: Обзор – Экспонаты Art Project [Электронный ресурс] / Google Cultural Institute // 2016 Google URL: <https://www.google.com/culturalinstitute/browse/?c.projectId=art-project&v.view=room&v.filter=items&projectId=art-project>

80 См.: Europeana Art History [Электронный ресурс] / Europeana Foundation URL: <http://www.europeana.eu/portal/collections/art-history?view=grid>

81 См.: Art UK [Электронный ресурс] / Public Catalogue Foundation URL: <http://artuk.org/>

82 См.: Александров А.А. Музеи в контексте современных международных отношений / А.А. Александров // Человек и общество перед судом истории: сборник статей / Отв. ред. Н.И. Басовская. - М.: РГГУ, 2012. С. 8-

филиалов⁸³. Информационно-образовательные центры предлагают своим посетителям обширную медиатеку, предоставляющую доступ к интерактивным программам, фильмам и книгам по истории русского изобразительного искусства. Также филиалы оборудованы кинотеатрами и образовательными компьютерными классами, где проходят лекции, тематические занятия и виртуальные экскурсии по Русскому музею. Непосредственно в Русском музее успешно функционирует Мультимедийный центр, расположенный в Западном павильоне Михайловского замка. Главный информационно-образовательный центр координирует деятельность филиалов, осуществляет деятельность онлайн-лектория и занимается созданием тематических мультимедийных экспозиций и интерактивных программ. На сегодняшний день, это самый содержательный и технически инновационный российский интерактивный проект. Образовательный онлайн-ресурс Государственного Эрмитажа «Виртуальная Академия» представляет собой набор тематических мультимедийных альбомов и фильмов, уступая «Виртуальному филиалу» в масштабности и связи с другими образовательно-досуговыми проектами внутри музея.

Легитимность популярного термина «виртуальный музей» применительно к использованию веб-технологий в музейной деятельности является предметом спора музейщиков, искусствоведов и культурологов⁸⁴. Необходимо различать информационно-коммуникативную платформу реального музея в киберпространстве и действительно виртуальный музей как продукт постмодернистской культуры симуляции. Виртуальный музей представляет собой социальное пространство, предоставляющее потребителю музейные услуги, но при этом функционирующее по законам интернет-коммуникаций. Сайт музея, электронный каталог и виртуальная панорама ещё не являются виртуальным музеем. Речь идёт о разнице между

9.

83 См.: Карта виртуальных филиалов / Виртуальный Русский музей // Русский музей [Электронный ресурс] URL: http://rusmuseumvrm.ru/virtual_offices/map/index.php

84 См.: *Максимова Т.Е.* Виртуальные музеи: анализ термина // Вестник Российского государственного гуманитарного университета - 2014 №14 (136) Культурология Искусствоведение Музеология. М.: Издательский центр РГГУ, 2014. С. 165.

имитацией реальности и симуляцией чего-то, что не существует. Виртуальный музей, как любая виртуальная реальность, не имитирует музей, но симулирует его с помощью сходства⁸⁵. Google Art Project хочется отнести к виртуальным музеям (и часто так и происходит), но его содержание сложно назвать музейной экспозицией. Виртуальный музей должен отвечать требованиям музейного проектирования, иметь структуру, концепцию и представлять собой некое смоделированное музейное пространство, где презентуется мультимедийная экспозиция⁸⁶. Поэтому электронный каталог, соединивший коллекции множества музеев, так и остаётся электронным каталогом. Основная проблема существования виртуального музея в том, как представить реальный музейный опыт в виртуальном пространстве. В схожих обстоятельствах Вальтер Беньямин говорил об утрате ауры подлинного живописного произведения⁸⁷. Но кинематограф успешно занял своё место в культуре и нам стоит признать, что искусство может существовать без ауры. В случае решения концептуально-технической задачи, виртуальные музеи станут популярным направлением музейного дела, которое, в отличие от существующих электронных каталогов и веб-галерей, действительно составит конкуренцию походу в реальный музей.

Цифровые технологии массово применяются в музейной практике, отвечая функциональным потребностям музея. Результатом инноваций стали автоматизация учётно-хранительской деятельности, усиление визуального и эмоционального опыта с помощью элементов мультимедиа на экспозиции, увеличение экспозиционного потенциала, сближение музея и посетителя посредством интернет-коммуникаций. При этом, потенциал развития информационно-мультимедийных технологий в музейной сфере всё ещё не раскрыт в полной мере.

85 См. *Жижек, Славой* Киберпространство, или Невыразимая замкнутость бытия // Искусство кино, № 1. М.: 2000. С.

86 См.: *А.В.Лебедев* Виртуализация музея или новая

предметность? / Музейное проектирование. // Отв. ред. А.А.Щербакова, сост. А.В.Лебедев. М., 2009. С. 83.

87 См.: *Беньямин В.* Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости: Избр. эссе / Вальтер Беньямин; [Предисл., сост., пер. и примеч. С.А. Ромашко] Нем. культур. центр им. Гете. - М.: МЕДИУМ, 1996. С. 14.

II.3 Материальное пространство музея: архитектура и атмосфера

Поход в музей рассматривается как событие, выходящее за рамки повседневной жизни. Тенденция демократизации музейной культуры не умаляет значение похода в музей как ритуала приобщения к особому знанию. Войдя в повседневную практику проведения досуга, музей всё ещё реализует и образовательно-воспитательную функцию. И музей-дворец, и музей-храм, и современный музей выступают как непосредственные объекты восприятия. В этом контексте здание музея является полноценным элементом музейной коммуникации, т.е. музейный опыт включает в себя целостное переживание всего процесса похода в музей, включая внешнее восприятие и физическое нахождение в музее. Для традиционного художественного музея становятся актуальны проблемы интерпретации архитектуры и музейного проектирования, интеграции в инфраструктуру города, освоения новых территорий и обеспечения комфортной внутренней организации.

Классический художественный музей располагается в абсолютно не музейном здании с точки зрения инженерно-конструктивных характеристик. Музей-дворец и более поздний музей-храм не приспособлены для консервации и научного исследования объектов культурного наследия. Исторически сложилось так, что музей вписывали в уже готовое здание, причём обладающее самостоятельной культурно-исторической ценностью. Адаптировать архитектурный объект под музейные нужды трудоёмкая инженерно-техническая задача, поскольку архитектурное сооружение напрямую реализует функцию хранения, т.е. должно соответствовать необходимым климатическим параметрам, требованиям безопасности для экспонатов и для человека одновременно. В условиях постройки XVIII века, где несущие конструкции, подсобные и технические помещения и элементы старинных инженерно-бытовых конструкций представляют историческую ценность, технические усовершенствования требуют больших ресурсных затрат. При этом речь идёт о реализации функции документирования в упрощенном понимании. В современных условиях функции музея

трансформируются вслед за развитием общественных отношений и потребностей, видоизменяется и функция хранения. В контексте музейной архитектуры это находит выражение в усилении коммуникационного значения музейного здания. Музей формирует новые площадки общения и меняет свою роль в городском пространстве. Дворец теперь не хранилище музейных ценностей, а сам музейный предмет, активный инструмент интерпретации и участник социальной коммуникации. В результате, дворец Лувр обзаводится стеклянной пирамидой (1989 год, архитектор Йо Минг Пей), перед Музеем изобразительных искусств в Лилле вырастает многослойная стеклянная стена (1997 год, архитекторы Жан-Марк Ибо и Мирто Витар)⁸⁸.

В постиндустриальном обществе специалист конструирует не музей для здания, а здание для музея. И здание становится активным сообщением, смыслообразующим символом в городском культурном пространстве. Стоит вспомнить примеры музеев фонда Гуггенхайма: перевёрнутая пирамидальная башня Фрэнка Ллойда Райта в Нью-Йорке и строение в стиле деконструктивизма Фрэнка Гэри в Бильбао. Особенно показателен пример филиала в Бильбао: зрелищное здание, которое само по себе является арт-объектом, сделало непримечательный индустриальный город международным культурно-туристическим центром. В отличие от проекта Райта, здание музея в Бильбао не обладает большой экспозиционной функциональностью, являясь, таким образом, зданием-аттракционом⁸⁹. Здание Центра Помпиду в Париже (1977 год, проект архитекторов Ренцо Пиано и Ричарда Роджерса) скрывает в экстравагантном архитектурном решении инженерную находку: выведенные наружу обеспечивающие технические системы освобождают драгоценное пространство внутри музея. Удачное расположение музейного центра позволило сделать новый культурный акцент в городском пространстве: две площади возле музея стали

⁸⁸См.: Чугунова А. В. Музейная архитектура в контексте современной культуры // ВМ. 2010. №1. С 34.

⁸⁹См.: Ana María Guasch, Joseba Zulaika Learning from the Bilbao Guggenheim / Center for Basque Studies, University of Nevada, Reno, 2005. С. 45.

пространством неформального уличного творчества и, фактически, самостоятельной туристической достопримечательностью. Лувр укрепил связь с современным городским пространством через подземную торговую галерею «Carrousel du Louvre». Подобным образом объединено пространство на Музейном острове в Берлине: пять музеев на острове Шпрееинзель и планирующееся в соответствии с планом реорганизации музейного ансамбля шестое здание, составляют единый музейный комплекс. Грандиозный план реорганизации Музейного острова, утверждённый в 1999 году, предполагает создание целостного экспозиционного пространства в пяти зданиях, сохраняющих свою историко-архитектурную индивидуальность⁹⁰. Пять музеев граничат с различными зданиями вне острова, имеют отдельные внешние входы, но при этом, мастер-план предусматривает соединение четырёх из пяти музеев в общее пространство посредством Археологического променада. Проект реконструкции также предполагает наличие досуговой инфраструктуры на острове, включающей заведения общественного питания и отдыха, музейный магазин, лекторий и кинотеатр. Завершение всех строительных работ намечено на 2025-2026 годы. Концептуальная перестройка Музейного острова в целом согласуется с мировой тенденцией городской глобализации и музейной экспансии.

В российской музейной практике, вероятно, вследствие традиционалистского общественного сознания, подобные проекты реконструкции исторических зданий трудно реализуемы. Безусловно, перенос входа в Эрмитаж на Дворцовую площадь, и актуализация Главного штаба переориентировали музейный комплекс на Дворцовую площадь, сблизив эти культурные объекты. Но масштабные преобразования в духе Музейного острова не представляются возможными в таком исторически значимом месте. Развитие и осуществление диалога с городским пространством происходит посредством присоединения существующих зданий к бренду музея и создания филиалов традиционных музеев. Идея

90 См.: Masterplan Museumsinsel - A Projection into the Future [Электронный ресурс] / SPK / ART+COM URL: <http://www.museumsinsel-berlin.de/en/masterplan/projection-into-the-future/>

сохранения наследия и музеефикации исторического пространства отвечает проект Музейного городка ГМИИ им. Пушкина⁹¹. Реставрационно-хранительский центр Государственного Эрмитажа «*Старая деревня*», включающий фондохранилище, выставочно-лекционный, реставрационный, инженерный и административный корпуса локализуется в бывшей пригородной зоне, ныне претендующая на культуuroобразующий центр наиболее динамично развивающегося Приморского района. Также Эрмитаж осуществляет деятельность филиалов в других городах и странах, с разных сторон, раскрывающих потенциал Эрмитажа: Центр в Выборге демонстрирует уникальные запасники, Эрмитаж-Казань специализируется на выставках исламского искусства и экспозиции по истории Золотой Орды, филиал в Амстердаме представляет историю России в западном контексте. В рамках программы «Эрмитаж 20/21» планируется открытие филиала музея в Москве на территории завода ЗИЛ⁹². Комплекс по проекту архитектора Хани Рашида (бюро *Asymptote Architecture*) откроется к 2020 году. Московский Эрмитаж вписан в пространство строящегося квартала «ЗИЛАРТ» - будущего культурного и архитектурного центра столицы⁹³. Мы видим, как музей и город, не имея возможности укрепить связь между существующими объектами, создают новые отношения взаимообуславливающего характера.

Включенность музея в региональные экономические отношения предусматривает также развитие внутримузеейной инфраструктуры. Общество избавляется от отношения к музею как к месту «добровольно-принудительного посещения», и, включив музей в образовательно-досуговую сферу, требует повышения качества пребывания в музее, начиная от доступности местоположения, заканчивая возможностью провести в

91 См.: *Макарова И.И.* К вопросу о модернизации ГМИИ им. А.С. Пушкина // Вестник Российского государственного гуманитарного университета - 2010 №15 (58). Культурология. Искусствоведение. Музеология. М.: Издательский центр РГГУ, 2010. С. 16.

92 См.: Московский «Эрмитаж»: новые подробности [Электронный ресурс] / speech: archspeech. Интернет-издание об архитектуре, градостроительстве и дизайне. URL: <http://archspeech.com/article/moskovskiy-ermitazh-novye-podrobnosti>

93 См.: Жилой комплекс арт-класса [Электронный ресурс] / ЗИЛАРТ // «Группа ЛСР» URL: <http://zilart.ru/>

музейном пространстве длительное время. В зарубежной практике посетителю предоставляется возможность полноценно пообедать в пространстве музея или отрефлексировать полученный опыт в комфортной обстановке, чтобы затем продолжить визит, приобрести. В отечественных реалиях факт наличия у посетителя естественных потребностей в питании, отдыхе и доступе к дополнительной информации в пространстве учреждения культуры вызывает негодование и обвинения в коммерциализации духовных ценностей. Однако коммерциализация сферы культуры, как и наличие у музейного посетителя естественных потребностей в безопасности и комфорте – действительно факты. Взаимовыгодное соседство Лувра и торгового центра «Carrousel du Louvre» или проект реорганизации берлинского Музейного острова с обязательным включением зон отдыха не подрывают глубину получаемого опыта в этих музеях.

К развитию городской и музейной инфраструктуры относится создание удобных транспортных маршрутов между основными транспортными и туристическими узлами и музеями. Готовый маршрут с возможностью получить наибольшее количество услуг в одном пространстве привлекателен для туристов. Зарубежные программы лояльности в музейной сфере реализованы в виде единых карт Museum Pass с различным сроком действия и перечнем услуг. В российской практике была запущена программа PrimePass, работавшая только в Москве и из художественных музеев предлагавшая Третьяковскую галерею и музей современного искусства «Гараж», но сейчас система приостановлена⁹⁴. В то время как отечественная музейная сеть нуждается в организации независимого финансирования, туристическая инфраструктура не спешит развиваться.

Кроме увеличения туристического потока, улучшится качество музейного опыта. Посетитель будет вчитываться в тексты и распознавать скрытые смыслы музейного сценария, только когда он почувствует комфорт. Следовательно, создание в музее комфортной атмосферы пребывания не

94 См.: PrimePass Moscow [Электронный ресурс] / PrimePass URL: <http://primepass.ru/moscow/>

только не препятствует культурной коммуникации с посетителем, но наоборот, повышает её уровень.

Развитие информационно-коммуникационной деятельности музея предоставляет новые возможности раскрытия образовательного потенциала музея и реализации развлекательной функции музея в приемлемой форме. Трансформация экспозиционных решений на данный момент заключается в основном в экспериментальном использовании мультимедийных технологий в пространстве музея. Более аккуратно применяются новые формы работы с посетителем, внедрение в экспозицию художественного музея вспомогательных материалов, элементов театрализации. Создание и разветвление эффективной музейной инфраструктуры и укрепление экономических отношений с региональными субъектами включают музей в современное городское пространство, делая его неотъемлемой частью существования общества.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Социально-экономические изменения, произошедшие в мире за последние полвека, заметно повлияли на деятельность художественного музея. Адаптация традиционного художественного музея в информационной среде начинается с переосмысления предназначения и функций музея в связи с новыми потребностями общества.

Непривычные для традиционного музея социально-экономические условия требуют реализации рекреационной функции. С другой стороны, в условиях универсализации культуры, обусловленной развитием информационных технологий, крайне важна задача сохранения культурных норм и ценностей. Преодоление противоречия между основополагающей функцией документирования истории и культуры и задачей обеспечения досуга является основным направлением адаптации традиционного художественного музея. В результате музей становится особой культурной формой, обладающей значительным информационным и социально-коммуникативным потенциалом для сохранения культурных ценностей прошлого и создания новых смысловых конструктов.

В поиске баланса между инновационным и традиционным музей делает акцент на модернизации информационно-технического обеспечения музея. Применение технических инноваций в художественном музее является отражением научно-технического прогресса современного общества и лишь отчасти отвечает социальному заказу. Таким образом, распространение цифровых и информационных технологий в музейной сфере создаёт лишь иллюзию меняющегося музея в меняющемся мире. Музею необходимо уделить больше внимания поиску современных экспозиционных решений не только в виде использования мультимедийных технологий, но и в плане концептуального построения экспозиции.

Значительно возросла роль внешнего взаимодействия музея и городского пространства. Архитектурная ценность музейного здания обуславливается не только историческим значением, но и возможностью

создания оригинальных туристических маршрутов. Музей входит в городскую инфраструктуру в качестве самостоятельного социально-культурного объекта, что создаёт взаимовыгодные экономические отношения.

Отсутствие достаточного финансирования и необходимость самостоятельного обеспечения средств на реализацию базовых функций считается одной из главных проблем музея в XXI веке. Особенно явно вопрос финансирования артикулируется как проблема и практически угроза существования в отечественной музейной практике. Но, возможно, музею следует отказаться от идеи финансовой несостоятельности и рассматривать рыночные условия не как экономическое рабство, а как возможность развития новых направлений деятельности. Экономическая занятость зарубежных музеев непосредственно в туристическом секторе и в сфере услуг опровергает стереотип о несовместимости музея и коммерческой деятельности. Предпринимательский инфантилизм, свойственный учреждениям культуры постсоветского пространства, ограничивает возможности финансового развития музея. Ригидность мышления музейного сообщества в совокупности с нерациональным применением технологий маркетинга и менеджмента замедляет установление авторитета музея в постиндустриальной культуре.

В целом, техническая модернизация и установление экономической стабильности опережают развитие социальных технологий. Музей развивается как туристический бизнес-актив, в то время как развитие социально-культурной формы малозаметно. Использование интерактивных мультимедийных технологий, относительная включенность в информационное пространство и усиление роли музея в туристическом секторе позволяет музею оставаться востребованным социальным институтом. Но только адаптация социальных технологий может обеспечить долгосрочные перспективы существования и развития в будущем.

Роль музея как института и значение художественного музея в возможном грядущем формировании принципиально новой культуры зависит

от стратегии его развития в настоящем. На сегодняшний день музей достаточно успешно реагирует на новые потребности социума, но будущее музея в том, чтобы самому задавать тренды, расширяя горизонты личностных и социальных практик человека.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Александров А.А.* Музеи в контексте современных международных отношений / А.А. Александров // Человек и общество перед судом истории: сборник статей / Отв. ред. Н.И. Басовская. - М.: РГГУ, 2012.
2. *Арнхейм, Рудольф* Искусство и визуальное восприятие / Пер. с англ. - М.: "Архитектура-С", 2012.
3. *Ашаева С. В.* Формы работы в музее с людьми с ограниченными возможностями // ОНВ. 2010. №4 (89). С.219-222.
4. *Беззубова О.В.* Теория музейной коммуникации как модель современного образовательного процесса. // Коммуникация и образование. / Сборник статей. Под ред. С.И. Дудника Санкт-Петербург : Санкт-Петербургское философское общество, 2004. С.418-427.
5. *Беньямин В.* Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости: Избр. эссе /Вальтер Беньямин; [Предисл., сост., пер. и примеч. С.А. Ромашко] Нем. культур. центр им. Гете. - М.: МЕДИУМ, 1996.
6. *Бишоп, Клэр* Радикальная музеология, или Так ли уж «современны» музеи современного искусства? — Москва: Ad Marginem, 2014. – 96 с.
7. *Бодрийяр Ж.* Общество потребления. Его мифы и структуры. - М.: Культурная революция, Республика, 2006. - 269 с.
8. *Бонами З.А.* Предисловие // Актуальные проблемы выставочной деятельности художественных музеев: Мат-лы науч. конф. «Випперовские чтения, 2006». Вып. XXXVII. М., 2008.
9. *Бреднева В. А.* Идентичность в структуре досуга // Досуг: социокультурные и экономические перспективы / Под ред. В. Б. Устьянцева. Саратов: Издательство «Латанова В. П.», 2003. С. 60-64
10. *Будко А.А.* Кризис современного музея: между универсальностью и уникальностью // «Музей», № 9, 2009. С. 32-36.
11. *Гиль А. Ю.* Изменения в деятельности музеев с учетом тенденций развития современного общества // Вестн. Том. гос. ун-та. 2012. №364. С.49-53.
12. *ред. Глебова Л. С., Тимофейчук М. Н.* Словарь актуальных музейных терминов // Музей. 2009. Вып. 5.
13. Государственный Эрмитаж: отчет о деятельности музея за 1996 год. – СПб, 1997.

14. *Грачева Е. С.* Музей как поле социокультурной коммуникации: диссертация кандидата социологических наук: 22.00.06 / Грачева Екатерина Сергеевна; [Место защиты: Сарат. гос. техн. ун-т]. - Саратов, 2010. - 178 с.: ил. РГБ ОД, 61 11-22/22.
15. *Грицкевич В. П.* История музейного дела до конца XVIII века. СПб, 2004.
16. *Грицкевич В. П.* История музейного дела, конца XVIII-начала XX вв. СПб, 2007.
17. *Демшина А.Ю.* Визуальные искусства в ситуации глобализации культуры: институциональный аспект. СПб: Астерион, 2010.
18. *Жижек, Славой* Киберпространство, или Невыразимая замкнутость бытия // Искусство кино, № 1. М.: 2000
19. *Каган М. С.* Музей в системе культуры // Вопросы искусствознания. 4/94. — М., 1994. С.445-460.
20. *Калугина Т. П.* Художественный музей как феномен культуры - СПб: Петрополис, 2008.
21. *Кетова Л. М.* Музейная педагогика как инновационная педагогическая технология // Человек в мире культуры. 2012. №4. С.76-81.
22. *Козиев В. Н., Потюкова Е. В.* Музей и общество – СПб. 2015.
23. *Котлер Ф.* Основы маркетинга (перевод В. Б. Боброва). М., Прогресс, 1990.
24. *Кудрявцева Н. С.* К вопросу о социальной пользе современного музея/ Н. С. Кудрявцева // Теоретический журнал Credo new [Электронный ресурс]. URL: <http://credonew.ru/content/view/1015/65/> (дата обращения: 01.12.2015).
25. Музей будущего: информационный менеджмент /Составитель А.В.Лебедев. Научные редакторы А.В.Лебедев, Е.Л.Иванова, Е.А.Лебедева. М., 2001.
26. Музейное проектирование. / Отв. ред. А.А.Щербакова, сост. А.В.Лебедев. М., 2009.
27. Лорд, Барри, Лорд, Гэйл Д. Менеджмент в музейном деле / Пер. с англ. Э.Гусинского и Ю.И.Турчаниновой; под ред. А.Б.Голубовского. – М.: Логос,

2002.

28. *Макарова И.И.* К вопросу о модернизации ГМИИ им. А.С. Пушкина // Вестник Российского государственного гуманитарного университета - 2010 №15 (58). Культурология. Искусствоведение. Музеология. М.: Издательский центр РГГУ, 2010.

29. *Максимова Т.Е.* Виртуальные музеи: анализ термина // Вестник Российского государственного гуманитарного университета - 2014 №14 (136) Культурология Искусствоведение Музеология. М.: Издательский центр РГГУ, 2014.

30. *Мастеница Е. Н.* Новые тенденции в развитии музея и музейной деятельности // Триумф музея? СПб: Изд-во СПбГУ, 2005. С.138 -145.

31. *Мениш Петер Ван* Коммуникация: язык экспозиции // Вопросы Музеологии №1 (9). 2014. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/kommunikatsiya-yazyk-ekspozitsii> (дата обращения: 10.03.2016).

32. *Раширагович Б.И., Исаев Б.А.* Современные проблемы межкультурных коммуникаций. Вып. 4. Восток-Запад: сб. статей/ М-во культуры РФ, С.-Петербург. Гос. Ун-т культуры и искусства; – СПб.:Изд-во СПбГУКИ, 2010. – С. 256 – 262. (Труды; т.190).

33. Российская музейная энциклопедия: В 2 т. / редкол.: В.Л. Янин, В.А. Лебедева, М.Б. Пиотровский и др. – М.: Прогресс. Т. 1: А-М. 2001.

34. Российская музейная энциклопедия: В 2 т. / редкол.: В.Л. Янин, В.А. Лебедева, М.Б. Пиотровский и др. – М.: Прогресс. Т. 2: Н-Я. 2001.

35. *Сапанжа О. С.* Современный художественный музей: на службе человечеству или человеку? // В поисках музейного образа: Материалы науч. конф., СПб, 12-13.04.07. – СПб, 2007. С. 6-17.

36. *Сапанжа О. С.* Развитие представлений о музейной коммуникации // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2009. №103.

37. *Смирнова Э. В.* Трансформация функций музея в современном социокультурном пространстве // Magister Dixit. 2014. №2 (14). С.84-89.

38. *Сотникова С. И.* Музей в меняющемся мире (наука и практика) // Обсерватория культуры. Вып. 2, 2007 г.

39. *Сябренко М.* Поймать мысль на кончике кисти // "Российская газета" - Спецвыпуск "Дыхание Китая". 2013, № 4.

40. *Хадсон К.* Влиятельные музеи. - Новосибирск: Сибирский хронограф,

2001.

41. *Чернега А. А.* Проблемы и перспективы институционализации музея в российском обществе на современном этапе // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2013. №1 (13). С.190-197.

42. *Чугунова А. В.* Музейная архитектура в контексте современной культуры // ВМ. 2010. №1.

43. *Эльц Е.Э.* Роль Эрмитажа во внешней культурной политике России (проект реставрации Тронного места в Георгиевском зале и большого Императорского трона) // Вестник СПбГУКИ. 2012. №2. С. 2

44. *Юренева Т. Ю.* Музееведение: учебник для студентов гуманитарных специальностей высших учебных заведений - [4-е изд., испр. и доп.]. - М.: Альма Матер: Академический проект, 2007.

45. *Юренева Т. Ю.* Музей в мировой культуре. — РУССКОЕ СЛОВО-РС, 2003.

46. *Янкина, Светлана* / Третьяковка запускает видеогид на языке жестов [Электронный музей] // 2016 The Art Newspaper Russia. 09 ноября 2015. URL: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/2324/> (дата обращения: 28.03.2016).

47. Александр Иванов (1806-1858). Рисунок. Акварель. Библейские эскизы из собрания Государственной Третьяковской галереи / Мультимедиа издания [Электронный ресурс] // Государственная Третьяковская галерея 2016. URL: http://www.tretyakovgallery.ru/ru/museum/publication/multimedia_editions/ (дата обращения: 01.03.2016).

48. Благотворительный фонд В. Потанина. Музейные программы [2001-2015]. URL: <http://museum.fondpotanin.ru/> (дата обращения: 01.12.2015).

49. Владимир Гусев. Интервью телеканалу «Санкт-Петербург» // Телеканал «Санкт-Петербург» [Электронный ресурс] URL: <http://topspb.tv/news/news66219/> (дата обращения: 17.11.2015).

50. Идеальный музей – какой он? / Лебедев А.В. [Электронный ресурс] // Артхроника – журнал No.1 об искусстве в России URL: <http://artchronika.ru/themes/ideal-museum-rt/> (дата обращения: 16.03.2016).

51. Кодекс музейной этики ИКОМ: [принят в январе 2006 г., Париж] [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.icom.org.ru/docs/A7_Кодекс%20музейной%20этики%20ИКОМ.rtf
52. Круглый стол «В ожидании музея» // URL: <http://artchronika.ru/themes/ideal-museum-rt/> (дата обращения 07.01.2016).
53. Круглый стол «Почему музейный бум обходит Россию стороной?» // Лаборатория музейного проектирования, URL: <http://www.amcult.ru/index.php/ru/knowledge/articles/76-muzbum> (дата обращения: 01.12.2015).
54. Музейный комплекс Государственного Эрмитажа в Восточном крыле Главного штаба [Электронный ресурс] // Архитектурная мастерская “Студия 44” URL: http://www.studio44.ru/rus_ver/proekty/projects/project47/ (дата обращения: 18.03.2016).
55. Открытый фонд скульптуры [Электронный ресурс] // Русский музей. Михайловский замок URL: <http://rusmuseum.ru/mikhailovsky-castle/exhibitions/outdoor-sculpture-fund/> (дата обращения: 08.12.2015)
56. Российская музейная энциклопедия / Сектор Российской музейной энциклопедии при участии Сети Культурного Наследия [2002]. URL: <http://www.museum.ru/rme/> (дата обращения: 28.11.2015).
57. Центр Помпиду представил новую постоянную экспозицию в реконструированных залах [Электронный ресурс] // Журнал Артгид URL: <http://artguide.com/news/3907> (дата обращения: 29.03.2016).
58. 10 главных проектов-предвкусений 2016 года // speech: archspeech. Интернет-издание об архитектуре, градостроительстве и дизайне [Электронный ресурс] URL: <http://archspeech.com/article/10-glavnyh-proektov-predvkusheniy-2016-goda> (дата обращения: 29.03.2016).
59. *Ana María Guasch, Joseba Zulaika* Learning from the Bilbao Guggenheim / Center for Basque Studies, University of Nevada, Reno, 2005.
60. Perkins, John. Planning for Museum Automation Student Workbook, Pittsburgh: Archives & Museum Informatics, 1993.
61. *Scott, Carol* Museums: challenges for the 21st century // Museum

management and marketing, London & New York, 2007с. 49-68.

62. *Scott, Carol* Measuring Social Value // Museum management and marketing, London & New York, 2007 с. 181-194.

63. Dulwich Picture Gallery's 'fake' painting revealed [Электронный ресурс] // BBC News - Entertainment & Arts URL: <http://www.bbc.com/news/entertainment-arts-32493860> (дата обращения: 19.04.2016).

64. Google Cultural Institute [Электронный ресурс] / 2016 Google URL: <https://www.google.com/intl/ru/culturalinstitute/about/> (дата обращения: 01.04.2016).

65. Glam - CC Wiki [Электронный ресурс] / Creative Commons URL: <https://wiki.creativecommons.org/wiki/GLAM> (дата обращения: 01.04.2016).

66. Le Louvre, une institution séculaire tournée vers l'avenir // Missions et projets [Электронный ресурс] URL: <http://www.louvre.fr/> (дата обращения: 29.03.2016).

67. Masterplan Museumsinsel - A Projection into the Future [Электронный ресурс] / S P K / A R T + C O M URL : <http://www.museumsinsel-berlin.de/en/masterplan/projection-into-the-future/> (дата обращения 14.04.2016).

68. New Theme: #MuseumSelfie January 22nd// Culture Themes [Электронный ресурс] URL: <http://culturethemes.blogspot.ru/2013/12/new-theme-museumselfie-january-22nd.html> (дата обращения: 29.03.2016).

69. Nuit européenne des musées// Le ministère de la Culture et de la Communication présente [Электронный ресурс] URL : <http://nuitdesmusees.culturecommunication.gouv.fr/> (дата обращения: 29.03.2016).

70. Top Museum Software Products [Электронный ресурс] / Captterra Inc. URL: <http://www.capterra.com/museum-software/> (дата обращения: 29.03.2016).

71. Qui sommes-nous? // Le Centre Pompidou [Электронный ресурс] URL: <https://www.centrepompidou.fr/fr/Le-Centre-Pompidou> (дата обращения: 29.03.2016).