



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

Департамент искусств и дизайна

БУРАВСКАЯ ОЛЬГА ВИТАЛЬЕВНА

РЕАЛИЗАЦИЯ ЗАМЫСЛА ЭСПОЗИЦИЙ В СОВРЕМЕННОМ МУЗЕЕ

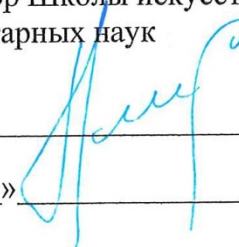
ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
по образовательной программе подготовки магистров
по направлению 50.04.03 «История искусств»

магистерская программа «История и методология искусствознания»

Владивосток
2018

В материалах данной выпускной квалификационной работы не содержатся сведения, составляющие государственную тайну, и сведения, подлежащие экспортному контролю.

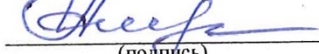
Директор Школы искусств и гуманитарных наук


_____ Ф. Е. Ажимов
« _____ » _____ 20__ г.

Студент гр.
М4212


_____ (подпись)
« 18 » _____ 20 18 г.

Руководитель ВКР
доктор искусствоведения, профессор


_____ Г. В. Алексева
(подпись)
« 19 » _____ 20 18 г.

Назначен рецензент:
кандидат искусствоведения

Н. А. Левданская


Защищена в ГЭК с оценкой

Секретарь ГЭК

_____ И. А. Кравченко
(подпись)
« _____ » _____ 20__ г.

«Допустить к защите»

Директор департамента искусств и дизайна
доктор искусствоведения, доцент


_____ Н. А. Федоровская
(подпись)
« 25 » _____ 20 18 г.

Оглавление

Введение	3
Глава 1. СОВРЕМЕННЫЙ МУЗЕЙ КАК ИНСТИТУЦИЯ	8
1.1. Сведения об истории современного музея как институции	8
1.2. Изменение функции зрителя	21
1.3. Структура деятельности современного музея	25
Глава 2. ЗАМЫСЕЛ ЭКСПОЗИЦИИ И ЕГО РЕАЛИЗАЦИЯ В СОВРЕМЕННОМ МУЗЕЕ	26
2.1. Структура творческого процесса в создании экспозиции (все участники).....	26
2.2. Инновации в экспозиционных трендах современного музея	56
2.2.1. Практические рекомендации для позиционирования современного музея	68
Глава 3. МЕРОПРИЯТИЯ, МАТЕРИАЛЫ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ИНИЦИАТИВЫ, СВЯЗАННЫЕ С ПОВЫШЕНИЕМ И УЛУЧШЕНИЕМ ФУНКЦИЙ ЭКСПОЗИЦИИ	74
Заключение	89
Список литературы	91
Приложение А. Иллюстративный материал	

Введение

Актуальность темы исследования была продиктована автору во время работы в Приморском Государственном Музее имени В.К. Арсеньева в качестве дизайнера. Работая над дизайном экспозиции и будучи вовлеченной в процесс реализации замысла проекта выставки, автор столкнулся с пониманием того, что практический опыт специалистов из области музейного дизайна значительно опережает его научную составляющую: кратковременность существования экспозиций ставит проблему их фиксации и анализа с целью осмысления и закрепления достигнутого результата, нередко являющегося значительным событием музейной практики. В связи с этим стоит попытаться разработать систему сохранения алгоритмов создания оптимального художественного строя экспозиций и выставок. Экспериментальная выставочная работа способствует совершенствованию практики экспонирования, образуя богатейшую базу для научных исследований - полигон для активной разработки новых подходов, принципов и приемов, способствующих процессу развития современного музея. Отсюда автору показалось необходимым выделить этапы и участников процесса реализации замысла экспозиций в современных музеях, выявить предпосылки существующей картины вещей, рассмотреть функции и задачи современного музея, проиллюстрировать экспозиционные тенденции на опыте ведущих на сегодняшний момент музейных институций.

Для нас очевидно, что на данном временном этапе музейная практика опережает музейную теорию, однако данное исследование позволяет в определенной степени восполнить этот пробел. В рамках этой работы будут представлены многочисленные примеры реализованных выставочных проектов различных отечественных институций за последние 8 лет. Опираясь на то, что именно практикующие члены процесса создания и реализации замыслов экспозиции имеют наиболее емкое представление об этапах, методах и тенденциях исследуемого вопроса, мы считаем необходимым

насытить исследование примерами практической реализации экспозиций, а также приложениями, документирующими этапы, участников и субъекты этого процесса.

Современный музей, будучи культурной формой, служит инструментом представления, позиционирования национальной культуры на международной арене, трансляции общественного опыта и снятия социальной напряженности. Подобные процессы развиваются внутри музейной экспозиции, важнейшем элементе музея как такового, выделяющей музей из ряда других социокультурных институтов. К концу XX века мы видим кардинальное расширение задач и функций музеев, и, в связи с изменением сферы деятельности и социокультурной позиции музеев мы можем проанализировать, как концептуально изменился подход к созданию экспозиций и какую функцию в современном музее выполняет дизайн.

В современном подходе к музейному проектированию, музей рассматривается как коммуникативная система, а все его ресурсы направлены на взаимодействие зрителя и экспонируемый объект или явление. В рамках современной культурной парадигмы под влиянием изменения восприятия экспозиции посетителем эволюционировали методы экспонирования и язык взаимосвязи посетитель-музей. Зачастую, инструментом для коммуникации музея со зрителем выступает именно экспозиция, результат совместной деятельности кураторов и музейных дизайнеров.

В данном исследовании для выявления, анализа и последующих выводов о замыслах музейных экспозиций вводятся такое понятие, как логика экспозиции. Логика здесь рассматривается как ход суждений и умозаключений, согласно «Новейшему словарю русского языка» [1]. В рамках исследования этот формальный термин будет носить значение сверхчувственного маршрута, проделанного зрителем в процессе знакомства с экспозицией, близкого к понятию неявного знания, которое стали прилагать к культуре вообще и музеям в частности. Неявное знание можно понимать, как внушение некой информации посетителю экспозиции, которую нельзя

разложить на составляющие, которая приходит, влияет, говорит без языка, создает линии коммуникации. Отсюда работа над созданием логики экспозиции – один из самых важных процессов в реализации замысла экспозиции, более того, можно сказать, что логика и замысел экспозиции синонимичны в контексте данного исследования.

Осмыслить опыт музейно-выставочной практики невозможно без детального, ретроспективного взгляда на историю становления и институционализации музея как такового, также невозможно без этого и сформулировать, что вкладывается в понятие современный музей, поэтому предваряя цель работы, одной из задач исследования становится формулировка образа современного музея. Исходя из этого, мы можем сказать, что **хронологические рамки исследования** довольно размыты, однако для иллюстрации выводов, сделанных по ходу научной работы, будут в основном приводиться примеры музейных институций и экспозиций, реализованных за последние 8-10 лет.

Объект исследования представляют основные тенденции деятельности современных музеев России, Европы и Америки конца XX – начала XXI веков.

Предметом исследования является реализация замысла музейных экспозиций в современном музее.

Цель работы состоит в том, чтобы изучить и представить процесс реализации замысла музейных экспозиций в современных музеях.

Для достижения цели находим необходимым решение следующих **задач**:

- сформулировать институциональные признаки современного музея
- проследить изменение функции зрителя, выявить социальный запрос зрителя к музею, сформулированный в исследованиях
- выявить структуру творческого процесса в создании современной экспозиции
- определить инновационные экспозиционные тренды, проиллюстрировав их примерами

Степень научной разработанности проблемы

Тема нашей диссертации находится в научном исследовательском поле искусствоведов, дизайнеров и архитекторов, и не смотря на то, что музеи не так давно стали становиться объектом научного дискурса, в последнее время появляется все больше исследований, направленных на изучение музейного экспонирования в различных плоскостях. И так как современная наука стремится к данному исследованию работы предшественников находим необходимым разделить на три группы.

В первую группу включены работы Лермонтовой Е.Н., Галкиной Т.В., Князевой Е.Н., Курдюмова С.П., Соболевой Е.С., Эпштейна М.З. Эта группа исследователей рассматривает изменение функции музейной экспозиции и формулирует, что создание экспозиций сегодня можно считать отдельным видом искусства. Например, этот аспект поднимает в своей статье «Интуиция как самодооствраивание» Галкина Т.В., которая делает вывод, что экспозиции, созданные при использовании новых методов и учитывании новых трендов, меняют отношение к музейной экспозиции как к новому виду искусства, а к процессу создания экспозиции – как к созданию цельного произведения.

Во вторую группу включены труды таких исследователей, как Филиндраш Л.В., Паудяль Н.Ю., Никонова А.А., посвятивших свои работы научному изучению коммуникационной функции современного музея.

В третью группу введены работы Салтановой М.В., Ванеевой О.В., Селивановой Л.Н., которые отражают проблемы использования информационных технологий в экспозициях. Так, Л. Н. Селиванова, считает, что использование цифрового контента расширяет функции музея, отрицая, что использование информационных технологий обесценивает понятие «музейный предмет».

Несмотря на то, музеи всегда находятся в поле научного дискурса, можно отметить, что российские исследователи в своих работах ссылаются на теорию музееведения и редко касаются практической реализации экспозиций и

механизмов работы современных музеев, анализируя функции музея, но не приемы, благодаря которым эти функции расширяются и модифицируются.

Теоретико-методологические основы исследования:

Нами в исследовании был использован *комплексный подход* к проблеме осмысления музейно-выставочной практики и основных тенденций деятельности современных музеев России, Европы и Америки конца XX – начала XXI веков.

Проблемно-логический метод позволил расчлнить данную проблему на ряд более узких проблем, каждая из которых рассматривается в логической последовательности и выделить основные концептуальные положения музейной экспозиции в контексте гуманитарно-искусствоведческого знания.

Типологически-системный метод позволил рассматривать, создавать и иллюстрировать специфические особенности взаимосвязи и синтеза разнообразных явлений современности и их отражении в системе работы музеев. Стоит отметить, что главное преимущество в использовании названного метода – гибкость и возможность манипулировать разнообразными явлениями внутри созданной системы.

Культурно–исторический метод, позволил рассмотреть социокультурный контекст появления и развития музеев.

Структурно-функциональный анализ, позволил раскрыть полифункциональность современных музеев.

Также был использован *метод системного анализа*, на основе которого музейная экспозиция была рассмотрена как сложная система, состоящая из многих подсистем и элементов.

При помощи *метода сравнительного анализа* в ходе исследования были сделаны определенные выводы в специфике работы европейских, российских и американских музейных институций.

Герменевтический подход, обеспечил возможность интерпретировать семиотические значения в анализе экспозиционных приемов.

Положения, выносимые на защиту

В ходе исследования были:

- обозначены институциональные признаки современного музея;
- сформулированы функции на основе других исследований определен социальный запрос современного зрителя к музею;
- выявлены структура и участники творческого процесса создания современной экспозиции;
- определены инновационные экспозиционные тренды, которые в ходе работы были проиллюстрированы различными примерами из российской и зарубежной музейной практики;
- сформулированы практические рекомендации для позиционирования современного музея.

Практическая значимость исследования заключается в том, что результаты исследования могут быть использованы на практике музейными институтами, стремящимися к модернизации своей деятельности в работе над экспозициями, а также при чтении учебных курсов по работе с созданием дизайна экспозиций, выставочных павильонов, созданию кураторских концепций внутри музейных пространств – эти курсы подойдут таким направлениям обучения, как культурология, дизайн интерьеров, искусствоведение, кураторство.

ГЛАВА 1. СОВРЕМЕННЫЙ МУЗЕЙ КАК ИНСТИТУЦИЯ

1.1 Сведения об истории современного музея как институции

Существуют различные взгляды на историю музеев для того, чтобы определить предпосылки к той модели музея, которую мы имеем сейчас. За отправную точку становления музея, в современном его понимании, в данном исследовании примем даты открытия первых общедоступных музеев в Европе: открытие Британского Музея в 1753 году и открытие Лувра в 1793 году, хотя обычно, говоря об институциональной истории музея, следуют традиционному историческому подходу, где принято считать точкой отсчета появление Александрийского мусейона. Мы придерживаемся мнения, что прототипом современного музея был Лувр, как первый общедоступный музей, однако функции и облик музеев формировался в течение долгого времени и для того, чтобы сформулировать институциональные признаки современного музея, мы будем придерживаться традиционной истории музея, начиная с Древнегреческого прототипа.

Александрийский мусейон, или Храм Муз, основанный, вероятно, при Птолемеи I Сотере (по другим — при Птолемеи II Филадельфе), представлял собой государственное учреждение, находившееся под покровительством царя и являвшееся научным центром в эллинистический период. Он был рассчитан на некоторое число человек, которые должны были жить в нем, платя за доставляемые удобства своей научной деятельностью. Мыслители, принятые в сотрудники мусейона, занимались натурфилософией, математикой, астрономией, географией, медициной, теорией музыки, лингвистикой и другими науками. Под мусейон была отведена часть дворцовых построек вдоль гавани; было сделано много пристроек, построена капелла для муз (собственно Μουσείον), разбита аллея, а для совместных занятий возведена открытая с боков, но крытая сверху зала. В состав мусейона входили еще анатомический кабинет, ботанический и зоологический сад и, быть может, астрономическая башня. С мусейоном была слита и основанная

независимо от него Александрийская библиотека. Доступ, что в музейон, что в библиотеку был труден и зависел всецело от воли царя. Этим объясняется преобладание той или другой научной деятельности в стенах институции, появление в нем тех или других ученых. Судя по некоторым данным, резиденты музейона получали жалованье от государственного управления, но был у них и собственный фонд. [2]

На основании этой характеристики, можно сделать вывод о различии современных общественных музеев от своего Александрийского прототипа. Поэтому мы отправимся дальше исследовать истореографическую шкалу, где следующим прототипом является период, когда в Европе повсеместно стали появляться частные коллекции.

Страсть к сохранению древностей можно связать с датой, имеющей лишь косвенное отношение к поднимаемой теме, но именно она может объяснить нам последующие за ней тенденции в музейной архитектуре. Речь идет об указе от 28 апреля 1462 года, в котором Папа Пий II запретил разрушение античных сооружений в Риме. Двухсотдесятого Папу Римского история помнит, не только как понтифика, но и как ученого, гуманиста, писателя, который оказывал поддержку людям искусства и науки [3]. Большинство предшествующих этому указу построек были выполнены из демонтированных древнеримских сооружений, когда крепкий, обработанный и готовый к эксплуатации материал изымался из стен сооружений. Яркой иллюстрацией этого явления служит нам сейчас римский Колизей.

Параллельно этому выдающемуся событию в истории искусства и архитектуры при различных европейских дворах формируются кружки интеллектуалов, представителей общественно-политической сферы, которые увлеченно собирают античную скульптуру, манускрипты, произведения живописи и предметы быта. Позже коллекционирование искусства заинтересовывает не только интеллектуалов, но и их покровителей, таких, как семейство Медичи. Медичи известны, как олигархическое семейство, члены которого на протяжении XV-XVIII веков становились правителями

Флоренции. Среди представителей семейства было четверо Римских Пап и две королевы Франции. Но для истории искусства Медичи, в первую очередь, представляют интерес как семья крупнейших меценатов, покровителей художников и архитекторов Ренессанса. Среди работавших под покровительством Медичи были всем известные Вероккьо, Микеланджело, Вазари, Рафаэль, Тициан, и многие другие флорентийские мастера.

По приказу семейства Медичи была создана Галерея Уффици, который до сих пор является одним из самых посещаемых музеев в мире. В 1560 году первый великий герцог Тосканы Козимо I Медичи решил построить дворец, где бы располагались административные и судебные канцелярии Флоренции. Итальянское слово “uffizi” (уффици) переводится как “офисы, канцелярии”. Козимо обратился к своему любимому придворному художнику и архитектору Джорджо Вазари. После смерти Вазари в 1574 году, постройку Уффици продолжил Бернардо Буонталенти. В 1581 году сын Козимо Франческо I Медичи выставил на втором этаже восточного крыла галереи античные статуи и другие ценные произведения искусства. Сердцем первоначальной коллекции музея считается Трибуна, зал выполненный Буонталенти в 1584 году.

В основу коллекции произведений искусства, расположенных в залах Галереи, вошли многочисленные портреты представителей семейства, иконы, живописные полотна, изображающие сцены древнегреческой мифологии и изображения библейских сюжетов. Также при Уффицих хранились географические карты, располагались различные лаборатории.

Коллекция скульптур Лоренцо Великолепного, расположенных в саду Церкви Святого Марка впервые была названа уже ушедшим из употребления термином Музей.

С годами коллекция росла все больше и больше, постоянно пополняемая страстными любителями искусства Медичи. Так продолжалось до середины 18 века, вплоть до полного исчезновения династии. Последняя представительница династии Анна Мария Луиза Медичи в 1737 году составила договор, согласно которому все художественные и культурные

ценности были завещаны городу Флоренции и не могли быть вывезены за пределы государства. [53].

Не только флорентийская знать была охвачена страстью к коллекционированию. Как следствие возникшей во время эпохи Великих Географических Открытий культуры собирательства, в XVI веке появляются Кабинеты редкостей или Кунсткамеры, которые представляют из себя частные коллекции артефактов, манускриптов, предметов искусства и быта, экзотичного для европейского человека назначения и характера, редких и курьезных вещей как природного, так и рукотворного происхождения. Такие кабинеты включали в себя коллекции, которые создавались, как правило, представителями высшей аристократии, лекарями, учёными-натуралистами, аптекарями. И, разумеется, ни о какой общей доступности к этим кабинетам не предполагалось. Кулуарный их характер также не предполагал наличие этикетажа, а атрибуция присутствовала в исключительных случаях, описанная в личных записях владельца коллекции, что свидетельствовало скорее не об уникальности артефакта, сколько о его ценности и значимости для коллекционера. [4]

В XVIII веке публичные музеи стали неотъемлемой частью общественной жизни многих стран Европы.

Первым учебным музеем, еще не открытым для широкой публики, но доступным по запросу от ученых, студентов и исследователей, можно считать музей Ашмола в Великобритании. Он был организован в 1683 г. в Оксфорде для реализации научнообразовательных целей. Его основу составили частные коллекции, собранные отцом и сыном Трейдескантами и унаследованные затем Э. Ашмоллом.

Музей национального масштаба – Британский музей – появился в Англии в 1753 г. Основателем музея стал Х. Слоун (1660 – 1753) – лейб-медик, натуралист, президент Лондонского королевского общества, завещавший свою значительную коллекцию королю с условием, что собрание будет служить развитию науки и искусства. В состав музея вошли коллекции графа

Р. Харли, а также богатейшая библиотека антиквара Р. Коттона. Специально для размещения музея на окраине Лондона был куплен особняк Монтегю-хаус, где он и был открыт в 1759 г. Первые экспозиции были предназначены для ученых, писателей, художников. Осмотр коллекций разрешался только в присутствии сопровождающего персонала, который не давал никаких комментариев. Экспозиция была рассчитана на людей, обладавших большим багажом знаний, а у простого посетителя вызывала непонимание.

В истории музеев он борется за право первенство публичного музея с французским Лувром, но в отличие от него, Британский музей открывался для очень ограниченного количества посетителей: до конца XVIII в. доступность музея только для избранной и образованной публики. был открыт три раза в неделю и не работал в праздничные и выходные дни (ежедневное посещение стало возможным только с 1879 г., на это повлияло не в последнюю очередь соперничество с Лувром). Первоначально посетить его могли не более 60 человек в день.

Продуктом великой Французской революции стал Лувр - первый публичный музей, который мы по праву можем считать прототипом современного музея. «26 июля 1791 г. Учредительное собрание отдало распоряжение «собрать в Лувре памятники наук и искусств». В 1792 г. Конвент постановил «создать в бывшей королевской резиденции музей». 27 июля 1793 года Национальный конвент принял декрет о создании Национального музея в помещении Лувра и на основе собранной там бывшей королевской художественной коллекции. 10 августа, в праздник Единства и Неделимости Республики, которым была отмечена первая годовщина восстания, приведшего к свержению монархии во Франции, для посетителей была открыта галерея, соединяющая Лувр с Люксембургским дворцом (в помещении этого дворца в течение примерно трех десятилетий до 1785 года была выставлена открытая для публики два раза в неделю художественная коллекция из Версаля), в которой было представлено 537 картин и других произведений искусства, а 8 ноября 1793 года впервые была открыта для

посетителей всех сословий и основная коллекция Лувра.»[5].

Сначала Лувр не отвечал передовым идеям развития музейного дела: картины занимали всю поверхность стен от потолка до пола: несмотря на группировку по школам, они размещались по старому салонному принципу шпалерной развески, что приводило к смешению периодов и жанров. Кроме того, в музее отсутствовал этикетаж и не были созданы условия, необходимые для хранения экспонатов. Это затрудняло процесс атрибуции для посетителей музея, и первое время он интересовал зрителей не как собрание мировых шедевров живописи и скульптуры, а как бывшая монаршеская резиденция, поражающая своим величием и богатством.

Начинает размываться граница между образованным привилегированным сословием и городским мещанством. Публика, не существовав как понятие вообще, после доступа к посещению открытых государственных музеев, становится разношерстной, представляя собой разные сословия. Раньше созерцание и изучение произведений искусства, исторических реликвий и трофеев колониальных завоеваний было доступно только богатейшему сословию, вхожому во дворцы и имеющему доступ к частным коллекциям государственной знати, но после революции перед прогрессивной молодежью, поддерживающая идеи новой власти открылись возможности познаний, соизмеримые изобретению гражданской авиации (быстрого и доступного способа передвижения) и всеобщей сети интернет. А ведь Лувр открывается, в том числе, как музей современного искусства. Революционные власти поддерживали прогрессивных художников, транслирующих идеи революции в своем творчестве, а также просто художников-современников поддержавших новую власть.

Поиски новых подходов музейной репрезентации искусства в XX в. были связаны с актуальными тенденциями художественного мира, а так же переменами в отношении к самому произведению искусства как объекту восприятия. Настроения рубежа веков, определяемые экзистенциальной философией, выводили на первый план иррациональные способы познания.

Произведения искусства воспринимались теперь как замкнутый мир, доступный лишь интуитивному постижению. По мнению Т. П. Калугиной оно «перестало быть «документом», «художественным свидетельством об эпохе», и превратилось в самоценный «живой» организм» [6]. Это повлекло за собой и новые способы существования произведения в пространстве музея. Вместо простого «выставления» работ на показ, музей стремился акцентировать внимание зрителя на художественной индивидуальности каждого отдельного произведения с помощью архитектурных и экспозиционных средств. Важно, что музейная архитектура, подчиняясь общим тенденциям XX в., была направлена на создание гибких, лаконичных, мобильных и комфортных музейных пространств. Наряду с этим, благодаря разработкам в области музееведения, обобщению опыта и стремлению музея утвердиться в статусе информационно-воспитательного института, нарастает стремление к научному осмыслению экспозиции, изобретаются разнообразные образно-пространственные решения, средовой дизайн и пр.

Итак, сегодня многообразие выставочных пространств впечатляет. В их числе и универсальные традиционные музеи, и более специализированные — исторические, национальные, музеи частных коллекций, музеи эпохи и, конечно, музеи современного искусства, к которым обычно относятся как *modern*, так и *contemporary art* музеи. К ним добавляются кунстхалле и выставочные центры без собственных коллекций, коммерческие и независимые галереи, выставочные пространства художественных фондов, альтернативные пространства, создаваемые самими художниками, временные площадки, множество фестивалей и биеннале разных форматов и масштабов. Процесс формирования этой сложной инфраструктуры сопровождается постоянными сменами статуса и переосмыслением функций каждой из этих выставочных форм. Эта система начала своё динамическое развитие примерно с 1960-х годов в результате процесса глобализации — заимствования большей частью современного мира культурных, экономических и политических стандартов у Европы и Америки. В последнее время этот процесс становится

всё более интенсивным. Идеи, задачи и люди циркулируют между институтами и сообществами, делая картину художественного мира всё более разнообразной.

Важно отметить, что пространство любого современного музея является целостным организмом, где архитектура и экспозиционное пространство – это единая система, подчиненная общим задачам. Соответственно, архитектурно-пространственные и экспозиционные решения часто подчинены общим тенденциям и отвечают на одни и те же вопросы. Но стоит также отметить, что развитие современной архитектуры привело к тому, что многие известные музеи привлекают звезд мировой архитектуры для реализации проектов здания музеев. Известно, что многие музеи запоминаются посетителям не по содержанию экспозиций, а лишь своим ярким архитектурным обликом – здание музея сейчас само по себе может быть арт-объектом. Ярких примеров существует множество, например Музей Соломона Гуггенхайма в Бильбао, Испания. (Приложение А, рис. 1) Здание музея спроектировано американско-канадским архитектором Фрэнком Гери и было открыто для публики в 1997 году. Здание сразу признано одним из наиболее зрелищных в мире строений в стиле деконструктивизма. Архитектор Филип Джонсон назвал его «величайшим зданием нашего времени»[54]. Расположенное на набережной здание воплощает абстрактную идею футуристического корабля, возможно, для межпланетных путешествий. Только для того, чтобы увидеть этот выдающийся памятник деконструктивизма в Бильбао ежегодно съезжаются тысячи туристов.

Также музеем-арт-объектом можно назвать Музей искусств Тешима в Японии. (Приложение А, рис. 2) В музее нет ни одного объекта, и хотя официально музей на острове Тешима, спроектированный бюро Рю Нишизавы, напоминающий гигантскую каплю воды, именуется художественным, но по сути это павильон для медитации, главным экспонатом которого становятся его внутреннее пространство и бескрайние просторы окружающей природы. По мнению Нишизавы, для единения с

природой не нужны ни фотографии, ни видеофильмы, ни даже скамейки: единственное, что можно обнаружить внутри белоснежной «капли» — это капли настоящие. «Через два проема в кровле и приподнятый «полог» входа для посетителей музей вбирает «элементарные частицы» окружающего мира: дождевую воду, звуки моря и шум листвы. А о том, чтобы вода собиралась в строго определенных местах и взаимодействовала с лучами солнца, попадающими внутрь через световые фонари, позаботилась художница Реи Наито, придумавшая систему едва заметных глазу выемок и впадин на гладком белоснежном полу»[55].

Такие примеры вовсе не означают обесценивание арт-объектов, напротив, по нашему мнению, они демонстрируют расширение функций музея. Как Лувр, в момент своего возникновения как первого общедоступного музея, который привлекал посетителей сам собой, как новая и доступная институция, так и новейшие музеи, которые являются самостоятельными произведениями искусства – музей привлекает к себе внимание.

Эволюция развития художественной организации экспозиции

Обратимся к истокам возникновения самой экспозиции. Зародившаяся в процессе синтеза храмового действия, экспозиция музея на протяжении всей своей истории сохраняет с ним самые глубокие связи. По многим своим функциям музей чрезвычайно близок храму, где так же, как и в музее, предмет (будь то экспонат или реликвия) сохраняется, изучается, экспонируется, т.е. выставляется для созерцания или поклонения. Происходит то же сопереживание, раскрытие и демонстрация его сакрального или исторического содержания, его духовной и художественной ценности.

Предмет участвовал в определенном храмовом действе, имея свое опосредованное место и роль, а главное, был связан с другими предметами определенными смысловыми и сюжетными взаимосвязями, понятными для воспринимающих его зрителей. Тем самым первоначально предмет или реликвия были включены в определенный визуально-концептуальный ряд и действие. В дальнейшем развитие экспозиции интерпретировало смысл и

степень взаимосвязи предметно-смыслового ряда, каждый раз подчиняя его художественным и научным критериям своего времени. [7] В большей степени визуально-предметный ряд, т.е. форма экспозиции, зависел от господствующих в ту или иную эпоху основных стилеобразующих критериев, в которых стиль понимается как «художественно-пластическая однородность предметной среды, выделяемая в процессе восприятия, которая складывается в ходе развития материальной и художественной культуры как единого целого, ... важным является также тесная связь проявлений стиля с общественными эстетическими нормами эпохи» [8].

Проблемы формообразования экспозиции всегда находились и находятся в русле развития «стиля», который носит концептуальный характер и является ведущим в каждый данный период времени. Однако искусство экспозиции, развиваясь в русле господствующего стиля, всегда тяготело к синтезу.

Первоначально это был архитектурный «декоративный», «формальный» синтез, если можно так обозначить всю сложность и многообразие построений архитектурной гармонии. С эпохой Ренессанса связано возникновение первых музеев и начало развития искусства организации экспозиции. Этот период характеризуется поисками и утверждением архитектурного синтеза. Архитектура рассматривалась как основа мироустройства, как основной организатор предметно-пространственной среды. Предмет, помещавшийся в эту среду, попадал в жесткую структуру, построенную по законам архитектуры и основанную на архитектурном синтезе. Несмотря на выдающуюся самоценность предмета, он часто занимал в этой иерархической структуре совершенно определенное, предназначенное лишь для него место, тем самым являясь не «центром Вселенной», а частью целого, участвуя в создании архитектурного синтеза как фрагмент предметно-пространственной среды ансамбля. В целом этот этап характеризуется созданием гармоничного экспозиционного ансамбля при полном подчинении экспозиции архитектуре. Ренессанс - век расцвета визуальной культуры - выдвинул на первый план

архитектуру, живопись, скульптуру. Культура эпохи Ренессанса требовала высокого уровня восприятия и тем самым была в большей степени элитарной.

С возрастанием значения и роли экспоната, вызванным начавшимся изучением коллекций, систематизацией и началом их популяризации, происходит превалирование научного аспекта экспозиции над всеми другими ее составляющими. Экспонат, выйдя из архитектурного синтеза, становится самоценным объектом углубленного исследования. Именно этим был ознаменован следующий этап развития экспозиции - этап научного изучения и осмысления экспонатов коллекций. В это время архитектура уходит на задний план. «Если обращаться к литературе и просветительству (конец XVIII-XIX в.), то становится понятна модель формирования экспозиции. Она, как и раньше, ориентировалась на развитие ведущих форм искусства своего времени. В XIX в. это литература, то есть преобладание вербального сюжетно-повествовательного и дидактического ряда. Этому периоду свойственен созерцательный, описательный, иллюстративный характер экспозиций. Как известно, литература, с одной стороны, опосредована восприятием своих современников, а с другой, в свою очередь, формирует его. В связи с этим и целью экспозиции является не конкретный предмет, а предмет в контексте явления, научного знания. Тем самым в экспозициях XIX-нач.XX в. делалась попытка синтезировать отдельный предмет или явление как часть некоего “научного синтеза”, который был передан в вербальной форме.» [9]

В начале XX в. складываются предпосылки для переосмысления принципов экспозиционного построения. Этому способствуют в первую очередь: изменение восприятия экспозиции зрителем; современная музееведческая концепция экспоната; архитектурные тенденции XX в.; выставочная практика.

Общие стилистические тенденции в архитектуре и искусстве оказались важным фактором, повлиявшим на организацию экспозиций. На первое место выдвинулись принципы конструктивизма и функционализма, преобладало стремление к простоте и ясности. «Принципы гибкости и трансформации

экспозиционных пространств, разработанные крупнейшими архитекторами того времени: Ле Корбюзье, Мис Ван Дер Роэ, Ф.Райтом, легли в основу построения музейных экспозиций начала и середины века. Именно с их влиянием связан этап “созерцательности” и “фокусировки”, который пережила музейная экспозиция в 50-60-е гг. Он был обусловлен общими тенденциями стилеобразования экспозиции и пришелся на пик развития функционализма современной архитектуры.»[10].

Важно отметить, что изменения в самопозиционировании современного искусства тоже имеет огромное значение на формообразование экспозиции. С появлением таких явлений как минимализм, концептуализм и тотальная инсталляция пространство музейных экспозиций претерпевает ряд изменений, в числе которых переход к модели «Белого куба», использование лофт-пространств для организации там выставочных институций.

Пример такого влияния может продемонстрировать творчество французского художника авангардиста Ива Кляйна и его методы работы с выставочным пространством, которые достигли своего апогея в 1958 году на выставке «Le Vide» в Iris Clert Gallery. (Приложение А, рис. 3) Являясь куратором собственной экспозиции, которая собственно и являлась выставленным произведением искусства, он убрал всё из галерейного пространства, за исключением большого шкафа, покрасил все поверхности белым, затем установил сложную процедуру входа в день вернисажа. Окно галереи было закраснено синим, синий занавес висел в вестибюле, рядом стояли гвардейцы в синем. Более 3000 человек были вынуждены стоять в очереди, чтобы посетить пустое пространство[56]. Концепция Кляйна заключалась в обнажении механизма употребления искусства внутрь, его творчество пришлось как раз на расцвет институциональной критики. «Сам термин «институциональная критика» означает прямую связь метода и объекта: критика — метод, институция — объект. В первой волне институциональной критики конца 1960-х — начала 1970-х, сейчас давно уже ставшей почтенной частью истории искусствознания, эти термины имели еще

более конкретное значение: «критический метод» — это художественная практика, а «институция» — учреждение культуры, в первую очередь музей, а также галерея и коллекция.» говорится в эссе Саймона Шейша «Заметки об институциональной критике» [57]. Художник при помощи экспозиции выразил свое отношение к позиции музея и ее посетителей, которые приходят посмотреть на работу именитого художника и отметить на престижном мероприятии. На протяжении всего вечера в галерею приглашалось только по 10 гостей за раз, бурная и негативная реакция которых на «пустоту» совсем не отваживала других посетителей, а наоборот вызывала больший интерес к происходящему.

Благодаря этой работе Ива Кляйна мы можем сделать два вывода: явление институциональной критики привлекает внимание к дискурсу о музее и его функциях, и экспозиция действительно может выступать самостоятельным произведением искусства.

1.2 Изменение функции зрителя

До появления первых открытых публичных музеев в XVIII веке такой общественной категории как «зритель» или « посетитель музея» не существовало вовсе, но с тех пор изменилось многое. С момента возникновения музея, и по мере его становления общедоступной, открытой к коммуникации, современной институцией менялось и отношение посетителя к музею, к его назначению и идеям, определяющим условия его существования. По мнению Л. М. Шляхтиной, «современного посетителя музея можно назвать новым культурным потребителем, ориентированным не столько на получение констатирующей информации просветительского характера, сколько на получение удовольствия»[11].

Музей сегодня – это открытая к коммуникации институция, обеспечивающая диалог искусства со зрителем. Однако, нельзя забывать что нынешний зритель погружен в огромное информационное поле, непрерывно находится в медийном пространстве. Современная музейная практика основана на понимании, что внимание и отвлечение всегда были тесно переплетены и редко существуют в чистом виде. Однако открытие внимания и отвлечения породило двойственную озабоченность, что было прямым результатом переработки человеческого восприятия промышленным капитализмом, который насадил дисциплинарный режим внимательности (например, в виде бдительности, необходимой для безопасности при работе с фабричными машинами), но одновременно работал против него, требуя от субъекта адаптации к ускоряющемуся циклу перемен, замен и устаревания. По сей день идеальный субъект потребительского капитализма пытается совладать внутренним противоречием: быть сосредоточенным в работе и познании и отвлеченным в досуге. Эти конкурирующие требования проецируется и на главнейший объект нашей сегодняшней повседневности — многозадачной деятельности на компьютере, инструменте как для работы, так и для отдыха, увековечившем это противоречие. Клэр Бишоп, американский искусствовед и арт-критик, автор известнейшей книг «Радикальная

музеология» и «Искусство инсталляции: критическая история» в своей статье для Художественного журнала пишет «Внимание существует в континууме других состояний, необязательно связанных с оптическим, в том числе транса, мечтаний, витания в облаках, гипноза, медитации и рассеянности. Когда-то считалось, что эти внутренние состояния жизненно необходимы для творческого процесса, но сегодня их обесценивают как непроизводительное время. Длющийся танец, театр и опера предлагают богатые возможности для такого рода внутренней медитации. Филип Гласс считал, что аудитории совершенно не возбраняется дремать во время его оперы «Эйнштейн на пляже» 1976 года, которая длится четыре с половиной часа, и цитировал Роберта Уилсона: «Ну, знаете, если вы и заснете, то когда проснетесь, она все еще будет идти». Длительность в 1970-х отличается от длительности сегодня, поскольку колебание между просмотром представления и «внутренним путешествием» вашего сознания теперь открыто для внешней коммуникации в киберпространстве, создавая треугольник из произведения, вашего ума и iPhone»[58].

Конечно, образовательная и умственная деятельность требует от современного человека внимательности, поэтому в повседневности мы сталкиваемся с ее морализацией. Ежемесячно выходят статьи и книги, стенающие по поводу эмоциональной зависимости от смартфонов, о необходимости «цифровой детоксикации» и перенастройки познания после интернета и о неспособности студентов высидеть семинар или лекцию, не заглядывая в телефон или электронную почту [59]. Хотя многое в этой критике справедливо, нет сомнений в том, что цифровые технологии реорганизуют как интеллект, так и социальные взаимоотношения — по этой причине современным музейным институциям нужно с пониманием относиться к изменениям в повседневных потребностях зрителей. Уже бесспорным представляется музейным проектировщикам, что фотографирование зрителем и попадание в социальные сети являются неизбежными аспектами жизни музейных экспонатов, экспозиции и самого музея. Зритель заинтересован в

узнавании нового, чем глубже становится информационное поле, тем шире аудитория, участвующая в коллективном опыте познания и его документировании, но время от времени каждый вынужден по причине социальной необходимости отвлекаться от этих процессов, чтобы поболтать с друзьями, виртуально или в реальной жизни. Можно утверждать, что такое поведение не представляет новый, проблематичный вид дефицита внимания, но выводит наружу и буквализует тот «ментальный дрейф», который проявляется каждый раз, когда современный человек знакомится с чем-то новым: будь то искусно поданный напиток в кафе или никогда не виденный им до сих пор оригинал живописи Ван-Гога – он непременно попадет в сеть в виде фотографии, заметки в социальных сетях или сообщении близкому другу. Безусловно, принятие отвлечения имеет свою цену: пространстве музея зритель действительно становится предателем — предателем кинематографической длительности. По мнению художницы Клер Штайерль, которая работает с видео-артом, это имеет последствия для нашего представления о публике: «Расширенная темпоральность видеоинсталляций предотвращает по-настоящему коллективный дискурс вокруг них», поскольку едва ли кто смотрит работы целиком. Зрители становятся сами себе кураторами, редактируя выборку работ так, чтобы она соответствовала промежутку времени, которым они располагают[12]. Но если музею удастся контролировать волну этого, так называемого, «ментального дрейфа», то информационное поле современного человека, насыщаясь упоминаниями экспозиций и просветительской деятельности музея, может эксплуатироваться музеем для преследования различных собственных целей: популяризации своей деятельности, повышения статуса.

Если сослаться на социологические теории, в частности, на ту, что выдвинул Герхард Шульце в своем эссе «Общество переживаний», то можно предположить, что художественный переход к созданию переживаний следует воспринимать в контексте общей переоценки переживаний как центра внимания культурной, социальной и экономической активности[13]. Если мы

согласны с тем, что основная характеристика нашего времени состоит в том, что культивация эстетического существования, ранее считавшаяся феноменом высших слоев общества, стала сегодня чем-то вроде массового феномена, то наше «общество переживаний» в конечном счете следует считать частью мощного движения демократизации. С ростом дохода и свободного времени больше людей могут и должны научиться приемам и методам самопознания: свобода выбора — это также и обязанность выбора.

1.3 Структура деятельности современного музея

Что такое современный музей? Этот вопрос волнует профессионалов и всех тех, кто к музею обращается в поисках личностных и социальных смыслов. Международное профессиональное сообщество предприняло попытку структурирования научных поисков, закрепив их во временном определении, опубликованном в «Кодексе музейной этике ИКОМ» 2006 г. Оно гласит: «Музей – некоммерческое учреждение на постоянной основе, действующее на благо общества и его прогресса, открытое для публики, которое приобретает, сохраняет, исследует, пропагандирует и экспонирует – в целях обучения, образования и удовольствия – материальные и нематериальные свидетельства человека и окружающей среды» [19]. В отечественной научной мысли современный взгляд на музей представлен в «Словаре актуальных музейных терминов», где утверждается, что музей – это «культурная форма, исторически выработанная человечеством для сохранения, актуализации и трансляции последующим поколениям наиболее ценной части культурного и природного наследия. В процессе генезиса и исторической эволюции музей реализовался как открытое для публики некоммерческое учреждение, осуществляющее свои социальные функции на благо общества. Являясь институтом социальной памяти, музей отбирает, хранит, исследует, экспонирует и интерпретирует первоисточники знаний о развитии общества и природы – музейные предметы, их коллекции и другие виды движимого и недвижимого, материального и нематериального культурного наследия [20].

Данные определения музея, достаточно емкие и не противоречат друг другу по своей сути, тем не менее, допускают и даже стимулируют размышления, уточняющие смысл и назначение музея, особенно в современных условиях модернизации общества и перехода к инновационному пути развития. Современный мир знаний характеризуется глобализацией, непрерывным увеличением объема информации, стремительным развитием

информационных технологий. В результате возникает противоречие между информационным изобилием и дефицитом знаний, представляющее собой информационно-психологическую угрозу для накопления личностного знания, выступающего как стратегический ресурс социально-экономического развития общества. Современного посетителя музея можно назвать «новым культурным потребителем», ориентированным не столько на получение констатирующей информации просветительного характера, сколько на получение удовольствия. По мнению Т. Абанкиной, такое понимание задается глобальным переходом от товаропроизводящей экономики к экономике символов и переживаний [21]. Как было отмечено ранее, в определении «музей», предложенном ИКОМ, присутствует задача – удовлетворение потребности в «удовольствии». В определении, данном отечественными коллегами, эта деятельность музея деликатно исключена. Однако, реалии музейной действительности, определяют важность ее осмысления – сегодня музеи существуют в высококонкурентной среде, они вынуждены бороться за своих посетителей на рынке досуга и конкурировать с культурными институтами, которые используют новые площадки для коммуникации с современной аудиторией. Происходит активная дигитализация всей культурной сферы, новые медиа и цифровые технологии становятся необходимым каналом взаимодействия с посетителями для театров и кинотеатров, галерей и парков. Посетители культурных учреждений становятся более требовательными, помимо основной ценности музея – уникальных экспонатов, они предполагают увидеть в музеях высокий уровень предоставления потребительских услуг. Меняющиеся запросы посетителей вынуждают музеи модернизироваться и адаптироваться к новому рынку, активно внедрять новые формы коммуникации в сфере цифровых технологий и пользоваться современными маркетинговыми стратегиями, чтобы оставаться актуальными и востребованными.

Существует также определение музеев, данное Международным советом музеев при ЮНЕСКО: «постоянное некоммерческое учреждение,

призванное служить обществу и способствовать его развитию, доступное широкой публике, занимающееся приобретением, хранением, использованием, популяризацией и экспонированием материальных свидетельств о человеке и среде его обитания в целях изучения, образования, а также для удовлетворения духовных потребностей». Однако такое определение слабо соответствует сущности современного музея и не охватывает все разнообразие его видов. Общественные музеи, частные и корпоративные музеи не попадают под данную дефиницию. Традиционно основные функции музея заключаются в сборе, хранении, изучении и популяризации памятников истории, культуры и природных объектов. Следует отметить, что музеи по-прежнему считают именно эти функции основными, но входя в повседневную практику, становясь демократическим учреждением, музей утрачивает элитарность и, тиражируясь в массовых зрелищных акциях, отказывается от классической модели постижения исторического знания. Современное положение музея в обществе и его роль в культурной политике государства потребовали от него выполнения функций организации свободного времени человека и расширения сферы культурно-досуговых услуг. Направления формирования этих услуг охватывают достаточно широкий круг человеческих потребностей. Наиболее распространенными стали: обращение к внутреннему миру музейного посетителя, воздействие на его чувственно-эмоциональную сферу, погружение его в историческую среду, включение его воображения и ассоциативного восприятия. Сохраняя свое главное общественное назначение – хранение и транслирование ценностей и достижений человечества из прошлого в будущее, за последние несколько десятилетий музей расширил ряд функций, добавив к ним функцию рекреационную (организации свободного времени), коммуникативную, воспитательную и социокультурную функции.

О значении социокультурной деятельности и расширении сферы культурно-досуговых услуг современного музея говорится в музейведческих исследованиях последних лет. Так, А. Э. Рудник и Ю. В. Решетников в

монографии «Экспозиционер и художник» характеризуют современную роль музея в обществе следующим образом: «Музей, как, пожалуй, никакой другой институт, дает опыт живого, осуществляемого в реальном пространстве-времени восприятия культурных ценностей, опыт переживания и расшифровки тех духовных значений, которые несут в себе эти ценности. Поэтому имеются все основания утверждать, что сегодня человек приходит в музей, прежде всего затем, чтобы обрести ощущение актуальной сопричастности культурной традиции, может быть, даже творческого в ней соучастия. Он – не объект воспитательного воздействия, а равноправный партнер и собеседник авторов экспозиции»[22].

Автор М. В. Салтанова, рассматривая музеи как культурный центр, акцентирует внимание на высокой силе информационного и эмоционального воздействия современного музея на посетителя: «Под воздействием художественной среды в пространстве музея личность испытывает акт самоопределения. Таким образом, музей помогает человеку понять себя, окружающий мир, адаптироваться к культурной среде. Будучи стабильным хранителем истории и «вечных ценностей», музей помогает посетителю найти свое место в агрессивном информационном и визуальном потоке современной культуры, быстроменяющейся общественной и политической обстановке. В то же время современный музей является культурным и досуговым центром, местом встречи. Он стал креативной площадкой, открывающей новые возможности для посетителей» [23].

Структура современного музея гостеприимна к изменениям и динамична в своих преобразованиях.

Музей как социокультурный институт интегрирует в себе различные виды деятельности человека. Он визуализирует восприятие, погружая человека в ситуацию общения с экспонатом – в современном подходе к музейному проектированию, музей рассматривается как коммуникативная система, а все его ресурсы направлены на взаимодействие зрителя и экспонируемый объект или явление. Важнейшим элементом музейной

метасистемы выступает экспозиция. Лермонтова Е.Н. в своей работе «Традиции и новации инвариантных составляющих музейной экспозиции» приходит к выводу о наличие таких составляющих: экспоната, экспозиционного пространства и идеи, положенной в основу музейной экспозиции или выставки[24].

Экспонатом в экспозиции может выступать произведения искусства, документы, артефакты, образцы продуктов природных процессов, модели технических изделий, иллюстрации исторических событий и даже нематериальные явления в соответствии с разработанной научной или художественной концепцией.

Объекты природы, письменные, изобразительные или вещественные материалы, аудиозаписи и кинофильмы, фотографии и др., хранящиеся в музее, определяются словосочетанием «музейные предметы». Термин «музейный предмет», введенный в отечественной историографии в научный оборот Н. М. Дружининым еще в 1930-е годы, получает теоретическую разработку в исследованиях зарубежных и российских ученых (З. Странского, Й. Бенеша, К. Шрайнера, А. М. Разгона, В. Ю. Дукельского, В. В. Кондратьева) как источник особого вида познания и основной, тогда еще, элемент системы музейной коммуникации. Для того чтобы приобрести статус музейного предмета, объекты природы или материальные результаты человеческой деятельности должны пройти ряд последовательных операций, в ходе которых их готовят к длительному хранению и многоплановому использованию в музее. Можно выделить основные критерии, благодаря которым предмет приобретает статус музейного значения: временной фактор, разрушение контекста первоначальных значений, девальвация утилитарной или эстетической значимости вещи, новая ценность старых вещей, приписывание им новых смыслов[25],[26].

Согласно современным представлениям, музейный предмет рассматривают в совокупности следующих характеризующих его свойств: информативности, аттрактивности, экспрессивности. Некоторые

исследователи выделяют в качестве еще одного свойства музейного предмета его репрезентативность — представительность в ряду аналогичных предметов, то есть его способность в сравнении с ними наиболее ярко отражать определенное явление действительности. Аттрактивность (привлекательность) определяется внешними особенностями предмета, его способностью привлекать внимание посетителей своими формами, размерами, цветом, композицией, трактовкой деталей, ритмическим соотношением пропорций.

Экспрессивность связана с восприятием предмета, его способностью вызывать ассоциации и ощущение сопричастности к конкретным процессам, пережитым явлениям, интересным фактам.

Эмоциональное осмысление значимых событий может возникать благодаря сведениям об истории создания предмета или среде бытования, связи его с известными событиями и людьми, влиянием его на исторический контекст.[26]

И одного предмета не достаточно для диалога: будучи вырванным из первоначального контекста, прошедший девальвацию своего первичного назначения предмет, помещенный в музейную экспозицию экзотизируется. Однако, посредством инструментов дизайна и в сопровождении смыслов, которыми куратор наделяет предмет, суть его может быть ретранслирована. В современной музейной практике часто случается, что разговор на выставке ведется без предмета вовсе: все чаще и чаще комплексы запахов, звуков включаются в экспозицию, создается атмосфера за счет освещения и других инструментов.

В западной музеологической мысли термин «интерпретация» впервые появился в контексте анализа функционирования американских природных парков, затем он стал применяться для обозначения герменевтической природы опыта посещения музея или достопримечательного места. В российской науке метод интерпретации исторических источников был впервые подробно исследован С. Лаппо-Данилевским [27]. Он рассмотрел

и выделил четыре метода интерпретации исторических источников — психологический, технический, типизирующий и индивидуальный, — которые должны применяться в комплексе. Отметим, что по определению современных философов задача всякой интерпретации состоит в раскрытии смысла постигаемого объекта. Вероятно, к этому же должна стремиться и интерпретация внутри музейного пространства, когда работающие над экспозицией специалисты помогают посмотреть на экспонаты под новым углом – метод интерпретации не обязывает куратора или другого участника процесса реализации замысла экспозиции реконструировать детали события или процесса, в котором существовал объект, как принято в консервативных моделях музеев. Экспозиция, как специфическая модель интерпретации, создается на основе своеобразных знаков и образов, систему, наполнение и расшифровка которых образуются в ходе создания и реализации замысла самой экспозиции. Таким образом, метод интерпретации в музейном пространстве позволяет комбинировать и варьировать фрагментарные данные истории, создавая новую «музейную реальность», в которой предметы разных художественных течений, моментов истории и культур, не существовавшие ранее одновременно, могут сосуществовать в одной музейной интерпретации.

Современная музейная коммуникация ставит задачу взаимодействия музея и аудитории не только посредством интерпретации объектов экспозиции – это взаимодействие начинается со здания музея, окружающего его благоустройства. Модель «музей-храм», в который зрители, словно паломники, будут выстроены в очередь ради встречи с прекрасным, все менее привлекательна для проектировщиков. Сегодня музеи проектируются под эгидой понятия «доступность», которая заключается в том, чтобы создать максимально комфортную среду для коммуникации.

Для иллюстрации можно привести в пример Центр Жоржа Помпиду в Париже, построенного на плато Бобур и открытого в 1977 году. (Приложение А, рис. 4) Построен центр по проекту трех архитекторов – британца Ричарда Роджерса и двух итальянцев Ренцо Пьяно и Джанфранко Франчини. Оставив

все еще огромное пространство плато, они возвели здание в форме параллелепипеда из стекла и бетона очень большого для центра Парижа размера: оно имеет длину 166 м., ширину 60 м. и высоту 42 м. Оригинальная идея архитекторов была в расположении всех технических конструкций снаружи здания, что позволило высвободить максимум полезной площади в 40 тыс. м² под обслуживание посетителей. Арматурные соединения выкрашены белым цветом, вентиляционные трубы – синим(цвет неба), водопроводные – зелёным(цвет растений, которым вода дает жизнь), электропроводка – жёлтым(цвет электричества), а эскалаторы и лифты – красным(цвет огня, скорости). Спорного вида конструкция, однако, стала одной из визитных карточек Парижа и сделала Центр Помпиду одним из самых узнаваемых музеев мира [28]. Одной из идей было желание выложить по в холле брусчаткой, снятой при монтаже здания, чтобы у парижского зрителя, еще, возможно, не готового ко встрече с современным искусством, создалось впечатление того, что он все еще находится в знакомой для него среде, передвигаясь по все той же улице. Эта архитектурная метафора, увы, не воплотилась. По данным многих социологических опросов здание является одним из самых нелюбимых сооружений парижан, уступая первенство башне Монпарнас. Многие не любят его за сходство с супермаркетом, однако это был умышленный план архитекторов: никто не боится ходить в магазин, и это поможет посетителям центра сгладить страх перед посещением институции, где многие возмутительные для консервативной публики вещи будут названы искусством.

Центр Помпиду включает в себя парижский Музей современного искусства, библиотеку Кандинского, Центр промышленного дизайна, Институт исследования и координации акустики и музыки, концертные и выставочные залы, несколько кинозалов, зал театра. Вход в библиотеку бесплатный гражданам всего мира, поэтому единственной постоянной очередью в музей является очередь именно сюда. Сам центр, исключая библиотеку, принимает от 3,5 до 3,8 миллиона посетителей в год.

Скопление людей можно заметить на плато – обычно студенты, они не стесняются разбредаться по входной территории, с комфортом устраиваются на пледах, исполняют музыку, скандируют стихи. Такое столкновение с современными парижанами настраивает посетителя на волну современной же культуры, и уже входя в Центр зритель готов ко встрече с контентом музея. Огромный холл, помогающий распределиться посетителям по книжной лавке, кафе, кассам и рецепции центра снимает напряжение и настраивает на созидание и изучение. Центр оснащен парковкой для вело-транспорта, на каждом этаже есть санузлы, бесплатная сеть wi-fi, также центр регулярно разрабатывает инклюзивные программы. Доступность и приветливость во всех отношениях.

Огромное внимание при проектировании экспозиций сейчас уделяется образному началу. В данной работе рассматривается роль дизайна экспозиции в системе музейной репрезентации, важность сценарной логики экспозиции, над которой работает куратор. Зрителем воспринимается сверхчувственная картина всей экспозиции, он оценивает пространство музея, эмоциональную атмосферу. Многочисленные разговоры в музейном сообществе ведутся о методах репрезентации художественных образов.

Музейно-образный метод используется для создания экспозиционно-художественного образа, своеобразного произведения музейного искусства, где происходит трансформация предметных результатов человеческой деятельности в духовные ценности и идеалы, а «обстановка» превращается в художественный портрет ее владельца. Основной структурной единицей музейно-образной экспозиции является экспозиционно-художественный комплекс, в котором музейный предмет становится средством, элементом «формы». Традиционные методы экспонирования объективно стремятся объединить экспозицию в нечто целое – коллекцию, интерьер, иллюстративный комплекс, музейный образ и т.п. Этого требуют не только законы экспонирования в определенном пространстве, но и законы восприятия музейной экспозиции как объекта познания, нуждающегося в

условных границах, в последовательности освоения. Стремление к внутреннему единству, к информационной емкости объективно приближает музейную экспозицию (как пространственную структуру) не просто к образности, а к образности художественной, к искусству, т.е. к такой системе или, точнее, организму, в котором нет ничего случайного и механически служебного. Таким образом, предложенный музеологом Т.П. Поляковым новый метод проектирования музейных экспозиций – художественно-мифологический – стремится к созданию полноценного музейного произведения искусства. Принципиальной основой нового метода является отношение к музейной экспозиции как к новому виду искусства, а к процессу создания экспозиции – как к созданию цельного произведения[29].

Современные музеи сегодня стали чем-то большим, нежели художественными музеями в привычном нам понимании – из музейного пространства они превратились в место, где происходит диалог зрителя с произведением искусства, зрителя с художником, зрителя со зрителем; место для получения новых знаний и опыта, а также место для их осмысления – место, которое по своей общественной значимости можно описать словом «диалог». Все формы музейной деятельности сегодня позволяют расценивать его как механизм социокультурной коммуникации – в отличие от предшествующих ступеней его развития, когда он мыслился как научное (в XIX веке) или научно-просветительное (в недавнем прошлом) учреждение[30].

В музее процесс коммуникации выстраивается по правилам, обусловленным спецификой института музея. Так, в соответствии с концепцией экспозиции вырабатывается определенная культурная стратегия, благодаря которой не дается единственно возможный образ, а задействуется мышление посетителей музея, наделяя их статусом непосредственного участника экспозиции.

Музейная экономика

Розалинда Краусс в своем эссе «Культурная логика

позднекапиталистического музея», опираясь на пример двух институций – Музея современного искусства города Парижа и Массачусетского музея современного искусства в городе Норт-Адамс, утверждает, что серьезная встреча зрителей с произведением искусства стала второстепенной целью, подчиненной новому типу опыта: ни с чем не связанной гиперреальностью архитектуры, в которую это произведение помещено. В результате произведение искусства подвергается «развоплощению», которое, по мнению Краусс, связано с дематериализованными потоками глобального капитала. Посетители этих музеев сталкиваются не с чрезвычайно индивидуализированным художественным явлением, а, в первую очередь, с эйфорией пространства и лишь затем с искусством [31].

В тексте Розалинда Краусс предсказала развитие музеев по пути шоппинг-центров «Не стоит особого труда представить, что такой современный музей будет иметь больше общего с другими индустриально развитыми площадками для проведения досуга – например с Диснейлендом – чем со старым доиндустриальным музеем». И вот, концепцию московского Еврейского музея и Центра толерантности (Приложение А, рис. 5, 6, 7) создавала и выступала в качестве подрядчика американская компания Universal Studios, занимающаяся разработкой и созданием парков развлечений, а также являющаяся одной из крупнейших в мире компаний по кинопродакшну. Отвечая запросам современной культуры и общества, Еврейский музей и центр толерантности представляет собой культурно-образовательный комплекс, в котором, помимо постоянной экспозиции, открыты выставочный, исследовательский, образовательный, детский центры и центр толерантности. Постоянная экспозиция музея рассказывает об истории России со времен царствования Екатерины II до наших дней на примере культуры и быта еврейского народа. В отличие от традиционных исторических музеев Еврейский музей и центр толерантности интерактивен. Двенадцать тематических павильонов, спроектированных компанией-лидером в области выставочного дизайна – Ralph Appelbaum Associates, оснащены

панорамными кинотеатрами, интерактивными экранами, аудиовизуальными инсталляциями, основой создания которых стали уникальные фото- и видеоархивы, документы и интервью, в музее проходят крупные выставочные проекты, знакомящие зрителей с ведущими направлениями и именами изобразительного искусства, каталоги этих выставок, букинистические художественные альбомы, литературные новинки, а также сувениры, авторские украшения и иудаика представлены в лавке при музее. «Исследовательская деятельность, образовательные курсы для детей и взрослых, масштабные выставочные проекты, широкий спектр экскурсионных программ делают Еврейский музей и центр толерантности многофункциональной культурной институцией, открытой для каждого», говорится на сайте музея [60].

Опубликованное в 1990 году, эссе Краусс было пророческим и во многих других отношениях: за два десятилетия после его публикации возникло небывалое количество новых музеев, преимущественно современного искусства, а переход от предшествующей модели музея как аристократического хранилища элитарной культуры к идее современного музея как «народного» храма досуга и развлечений с комфортным сервисом характеризовался возросшими масштабами самих музеев и их близостью к крупному капиталу [31]. У таких музеев есть своя экономика. Они предоставляют посетителям внушительный набор сервиса: магазины, кафе и рестораны, музыкальные мероприятия, кинопросмотры, лекции и другие публичные мероприятия. И, необходимо отметить, что тенденция развития музеев по такому пути не всегда имеет негативные последствия, напротив, наличие в музее кафе, книжной лавки, магазина с подарками и собственной линейки сувенирной продукции, делает поход в музей более комфортным и продуктивным, задерживая тем самым посетителя на более длительное время. Музеи не только зарабатывают деньги, которыми распоряжаются, но и образуют рабочие места и источники дохода вокруг себя – торговые точки, рестораны, гостиницы.

«Музейная экономика строится на монопольном праве экспонирования и предоставлении разного вида услуг. Так, в Эрмитаже большая часть дохода, которая заметно растет, - специальные программы: музыкальные, музейные, в том числе, проходящие вне рабочего дня. За них платят дороже. Появляется все больше и больше желающих заплатить за что-то особенное в дополнение к тому, что дается всем.» - пишет в одной из своих статей Михаил Пиотровский [32].

В век глобализации сотрудники музеев по всему миру имеют возможность делиться опытом друг с другом посредством международных конференций, налаженной сети интернет-коммуникации. Один из итальянских способов работы с наследием, к повторению которых стремится сейчас каждый современный музей – убрать все табу. Обсуждается, в какой степени в музеях допустим коммерция, какие товары можно производить на основе коллекций. Продумывается продление часов работы музеев. Итальянские капиталисты воспитаны на своем наследии – крупные издательские дома выступают, как основные представители коммерческих структур в итальянских музеях, они часто являются организаторами выставок. Музейные магазины в Италии и во множестве других крупных музеях мира – пример того, как используется опыт рынка для развития музеев

В академических и профессиональных кругах существует скептическое мнение о том, что современные музеи больше напоминают торговоразвлекательные центры, нежели музеи в их традиционном представлении, даже внешний облик музеев движется в направлении схожести с гипермаркетами (снова стоит вспомнить Центр Помпиду или музей MAC/VAL, о котором будет говориться ниже). Это сравнение нельзя не принять во внимание, учитывая, что еще в 1990 г. Розалинда Краусс в своей статье «Культурная логика позднекапиталистического музея», которую мы уже упоминали в этой работе, предсказала развитие музеев по пути шоппинг-центров или Диснейленда: «Не стоит особого труда представить, что такой индустриально развитый музей будет иметь больше общего с другими

индустриально развитыми площадками для проведения досуга – например с Диснейлендом – чем со старым доиндустриальным музеем». Однако, необходимо отметить, что тенденция развития музеев по такому пути не всегда имеет негативные последствия, напротив, наличие в музее кафе, книжной лавки, магазина с подарками и собственная линейка сувенирной продукции, делает поход в музей более комфортным и продуктивным, задерживая тем самым посетителя на более длительное время. У таких музеев есть своя экономика. Они предоставляют посетителям внушительный набор сервиса: магазины, кафе и рестораны, музыкальные мероприятия, кинопросмотры, лекции и другие публичные мероприятия. Музеи не только зарабатывают деньги, которыми распоряжаются, но и образуют рабочие места и источники дохода вокруг себя – торговые точки, рестораны, гостиницы.

Существуют примеры музеев, которые стали в своем роде градообразующим предприятием, например музей Соломона Гуггенхайма в Бильбао. Одно из самых зрелищных архитектурных сооружений в мире, здание построено известнейшим архитектором Френком Гери в 1997 году. Ежегодно само здание музея привлекает внимание тысяч туристов, приезжающих в Бильбао познакомиться с памятником деконструктивистской архитектуры, не говоря уже о посетителях постоянной экспозиции собрания одного из самых известных коллекционеров и меценатов Соломона Гуггенхайма, о сменных выставках современного искусства испанских и зарубежных художников. (Приложение А, рис. 1)

Популярность музея сформировала вокруг себя мощную инфраструктуру, включающую в себя гостиницы, рестораны, удобный транспорт и навигацию до других достопримечательностей Бильбао и близлежащих испанских городов. Это в свою очередь обеспечило рабочими местами огромное количество человек, что демонстрирует нам преобразовательную функцию современных музеев.

Еще одним прекрасным примером преобразовательной функции музеев можно считать французский музей MAC VAL, расположенный в пригороде

Парижа [61]. (Приложение А, рис. 8) Этот проект был реализован Советом Департамента Валь-де-Марн (в котором расположен музей), его президентом Мишелем Герма, а также его преемником Кристианом Фавье, и был основан, в первую очередь на убеждении, что поддержка художественного творчества с уделением особого внимания культурному посредничеству, способствует индивидуальному благополучию, пониманию других, взаимному уважению и здоровой социальной сплоченности. Сам департамент, по словам первых посетителей музея, не отличался благополучием, в 2004 году многие пригороды Парижа, населенные огромным количеством эмигрантов терпели беспорядки, однако уже к 2010 году вокруг музея наблюдались джентрефицированные улучшения: открылось множество магазинов, кафе, мастерских. Музей трудоустроил жителей близлежащих районов, интегрировав в культуру местное сообщество.

Идея санирования социальной среды, ее оздоровления через создание современной культурной институции возможна, только если институция оснащена благожелательной внутренней инфраструктурой. Публике должно быть комфортно включаться в диалог с искусством, и музей должен оснащаться инструментами коммуникации.

Принимая во внимание эволюцию коммуникативности и переход к экранной или визуальной культуре, появляется необходимость применения современных информационных технологий в музейной экспозиции. Появление новых технических средств коммуникации, включая мультимедиа, опирающейся на взаимодействие визуальных и аудиоэффектов на основе интерактивного программного обеспечения и объединяющих текст, звук, графику, фото, видео в едином цифровом представлении, т.е. всего того, что может помочь посетителю воспринять информацию, транслируемую посредством музейной экспозиции. Музейная практика, касающаяся применения различных информационно-коммуникативных технологий, развивается стремительными темпами.

Качественно выполненный и грамотно используемый в экспозиционном

пространстве мультимедийный контент не только привлекает внимание посетителей, все более погружаемых в повседневную аудиовизуальную культуру, но и говорит с аудиторией на актуальном языке современности.

Музейная практика показывает, что использование современных мультимедийных технологий в экспозиционно-выставочной деятельности открывает множество возможностей:

- 1) Интерактивность предполагает право посетителя на самовыражение
- 2) Участвует в укреплении коммуникации между посетителем и музейным предметом, раскрывая его информативность эмпирическим путем
- 3) Интерактивность вовлекает посетителя к непосредственному участию в экспозиции, давая почувствовать ценность проведенного в музее времени
- 4) Способствует представлению нематериального культурного наследия
- 5) Работает на музейную респектабельность

Вместе с тем многие работники музейной и околмузейной сферы, утверждают, что нивелирование музейных предметов в экспозиции и замена их мультимедийным контентом отрицает музейный предмет, упраздняя ряд его свойств и в целом ставит под сомнение понятие музейной экспозиции, необходимость существования института музея. Но практика современных музейных институций показывает, что музей не обязан сохранять стереотипизированный образ храма искусства, как и учебные учреждения не обязаны сохранять образ храма знаний, главным функционалом которых остается консервация и сохранение уже имеющихся знаний, артефактов и предметов искусства. Все в современном мире настроено развиваться, а музеи, продолжающие работу в консервативном направлении могут создать впечатление, что музей – замшелое учреждение, где ничего особенного не происходит годами, где жизнь протекает тихо и сонно. Ныне актуален такой тип музея, который позволяет осуществлять изменения, но, безусловно, даже несмотря на всеобщее стремление к расширению и модернизации функций музея, всегда будут приверженцы консервативной модели музей-храм. Однако в случае столкновения интересов современной и консервативной модели, у

современности будет ряд весомых аргументов в свою пользу.

Ларс Ниттве, главный куратор музеев Tate Modern и Moderna Museet для своего короткого видео-интервью в материале, подготовленном проектом Arzamas.academy совместно с политехническим музеем, Благотворительным фондом Владимира Потанина и автором курса «Куратор в современном музее» в Высшей школе экономики — искусствоведом Георгием Никичем говорит:

«Музеи построенные по образцу 19 века зачастую отталкивают своего потенциального посетителя. Лично я, когда попадаю в какой-нибудь из больших мировых музеев всегда думаю, как же это утомительно: подниматься по ступенькам сквозь бесконечную колоннаду, толкать тяжелые двери, чтобы оказаться в огромном подавляющем фойе и отстоять невероятную очередь за билетом к искусству, после чего дальше отправиться в путь через ряды лестниц и колоннад. Конечно, это не тяжело физически ради одного визита, но психологически отталкивает от любого желания находиться в музее хоть сколько-нибудь часто. Наши экспонаты стоят предельного внимания, поэтому первым делом необходимо облегчать вход, навигацию и нахождение в музее. Искусство само по себе проверяет на прочность наше представление о мире, согласитесь, не стоит оказываться в музее растерянном состоянии – там и так есть о чем подумать». По словам Ниттве – музей-храм может быть интересен сам по себе, как архитектурное и историческое явление, но необходимо понимать потребности и уважать тот эмоциональный ресурс, который современный посетитель музея может ему уделить [62].

Музей занимается не только экспонированием, но и сбором, изучением и хранением объектов искусства (материальных и нематериальных). В условиях меняющегося мира модернизировать необходимо каждую из деятельностей, ведь новые технологии помогут улучшить качество сбора, хранения и изучения. Мышление современного человека все меньше похоже на мышление посетителя музея XIX века, человек ставит перед собой совершенно другие цели, ему уже недостаточно просто познакомиться с культурой другой страны, времени – даже бессознательно современный

человек ищет оправдание своим действиям, потраченному времени, отсюда очевидна необходимость подталкивать его к рефлексии, увиденное должно отвечать на какие-либо вопросы его повседневности, поэтому одна из задач, которую перед собой ставит современный музей – вести диалог со зрителем, рассказывать почему музей показывает конкретно этот предмет или явление в экспозиции, давать связку с актуальными проблемами «сегодня» и «завтра». При этом музей не обязан отвечать на все вопросы, его задача подтолкнуть зрителя к желанию самостоятельно разобраться во всем.

Например, летом 2017 года в музее «Гараж» прошла выставка конголезского искусства последних пятидесяти лет «Худпром Конго: живопись для народа», где рассказывалось о влиянии колонизации и деколонизации, и было проиллюстрировано осмысление конголезскими художниками «прежде и теперь» своей страны. (Приложение А, рис. 9)

Экспозиция, которая выстраивает коммуникацию посетителя с совершенно незнакомой культурой изобразительного искусства центрально-африканской страны, приветствует на входе в выставочного пространство экзотичной музыкой Демократической Республики Конго, исполняемой на языках лиланга, кингвана, киконго, а также на французском языке, что даже не знающему истории и административного устройства страны, дает понять, что Конго когда-то была европейской(а именно – брюссельской) колонией, а это в свою очередь может быть интерпретировано зрителем, как отсылка к деколониальной истории искусств.

Такое простое решение, как аудио-оформление дает возможность зрителю с порога построить некоторое представление о настроении экспозиции. Разговор кураторов (Бамби Кеппенс из Королевского музея Центральной Африки и конголезский художник Самми Баложи) с посетителями пойдет о периоде с начала сороковых годов XX века и далее уже о периоде после обретения независимости от Бельгийского господства, отражая также в некоторых работах и текстах сепаратистские настроения конголезского народа в 40-ых – 60-ых годах. Большая часть народной

живописи на выставке «Худпром Конго: живопись для народа» происходит из собрания Богумила Евсевицкого, польского антрополога, начавшего собирать коллекцию во время своей работы в Конго в 1970-е годы [63]. Название выставки выражает, насколько масштабным было явление: конголезские художники были очень плодовиты и их работы иллюстрируют (не столько в живописном, сколько в плакатном жанре) пословицы и повседневные сюжеты жизни. И, хотя экспозиция начинается с причудливых киноплакатов, кураторы пытаются пронести мысль, что в работе над экспозицией, находились в поисках искусства, важного для самих конголезцев, а не только европейских любителей экзотики, они находят примеры свободного творчества и в колониальный, и в независимый период, возвращая конголезцам право быть современными. Чтобы для гостей музея эта история не казалась чужой и экзотичной, кураторы для связки экспозиции с русским контекстом создают выставку в выставке, посвященную искусству региона Чукотки, который в 1920 году присоединила к себе Советская Россия, где показали свои исследования на тему взаимодействия метрополий и периферий. (Приложение А, рис. 10)

Так, музей подталкивает гостей к собственным размышлениям на тему деколонизации, не давая собственной эмоциональной окраски, но представляя близкую и экзотичную историю, чтобы размышления зрителя перестали быть отстраненными умозрениями и приобрели характер заинтересованного суждения, имеющего больший вес в собственном сознании человека. «Временная многозначность образа создает у посетителя чувство его одновременного существования в двух временах, т.е. чувство своей причастности к событиям истории культуры, и одновременно придает большую остроту сегодняшней оценке этих событий», — писал Е. А. Роземблюм [34].

Для того чтобы сделать процесс общения посетителей с экспонатами более эффективным, в создании современных экспозиций принимают участие не только музейные сотрудники, хранители и научные сотрудники, но и

дизайнеры, архитекторы и художники. На московском рынке уже кристаллизовалась ниша музейных дизайнеров, предлагающих свои услуги в реализации проектов прогрессивным институциям. Музейная зрелищность усиливает смысловые акценты экспозиции, делает ее эмоционально выразительной, эстетически целостной и уникальной. А потому, как еще одно условие успешной работы музейного сервиса, необходимо выделить выдержанность стиля в оформлении — от архитектуры самого здания до оформления этикетажа. Потенциальный музейный посетитель живет в мире частых революций в области технологии и потому ему привлекательны новации. Надо учитывать мироощущение человека, привыкшего к новым техническим средствам, живущего с новой скоростью, новыми ритмами. И конечно, современность подхода к этому мироощущению заключается не только во включении в экспозицию современных технологий.

2.1 Структура творческого процесса в создании экспозиции

Современная экспозиция более, чем когда-либо демонстрирует связь дизайна и технологий с многообразием творческих концепций, различных авторских взглядов и позиций. Благодаря вовлечению в творческий процесс художественно-выразительных средств, экспозиция приобретает новое качество, становясь самостоятельным художественным жанром экспозиционного дизайна. Особое значение приобретает построение экспозиционного образа, создание специфической экспозиционной драматургии, поиск оригинальной художественно-пространственной композиции, аранжировка цветосветовой среды, художественно-функциональное качество экспозиции, иными словами, осмысление формы экспозиции в качестве одного из важнейших аспектов современного музея.

Концептуальное и сценарное построение обогатило экспозицию новыми возможностями, расширило диапазон активного экспозиционного воздействия на музейного посетителя. Это дало новый импульс к совершенствованию системы музейной коммуникации. Разработка концепций экспозиций становится одним из важнейших этапов ее построения, требуя от авторов научного обоснования, выявления закономерностей взаимных отношений объектов показа, определения различных аспектов, влияющих на создание целостного художественного образа.

Кратковременность существования многих экспозиций ставит проблему их фиксации и анализа с целью осмысления и закрепления достигнутого результата, нередко являющегося значительным событием музейной практики. Иными словами, любая конкретная музейная экспозиция или выставка актуальна и востребована лишь на конкретном этапе развития общества. В связи с этим специалисты пытаются разработать систему сохранения алгоритмов создания оптимального художественного строя экспозиций и выставок. Экспериментальная выставочная работа способствует совершенствованию практики экспонирования, образуя богатейшую базу для музейных исследований - полигон для активной разработки новых подходов,

принципов и приемов, способствующих процессу развития современного музея.

Мы наблюдаем сегодня наличие различных опций восприятия музея у художника и научного сотрудника музея, что проявляется в деформации научных границ интерпретации экспоната и деконструкции музейного пространства. Эти изменения связаны и с другими культурными явлениями, такими как «креативные технологии» или «креативные индустрии». Посетитель становится зрителем активистом, со-творцом, со-мыслителем. Каждый участник музейного пространства не просто включен в процесс моделирования историй, но и приобретает новые знания и переживания. Новый опыт позволяет соавтору процесса «заглянуть» как в рассказываемую музеем историю, так и в свой внутренний мир, «захватывает» внимание посетителя, поэтому современный экспозиционно-выставочный процесс характеризует метафора «зеркала». Искусство музейной экспозиции, за последние годы окончательно утвердившееся в статусе самостоятельного и самоценного жанра творчества, обусловлено многими современными эстетическими и общекультурными предпосылками. Оно в значительной мере определилось общекультурной ситуацией, изменением социокультурного заказа общества и прежде всего общими художественными и архитектурными концепциями.

Экспозиционное творчество является ничем иным, как средовым творчеством. В его задачу входит комплексное создание “концептуально” обусловленной среды, органически включающей в себя определенное соотношение ряда компонентов - экспонатуры и тематики, архитектуры и предметно-пространственной стилистики, дидактического материала и технологических режимов. Этот “ряд”, объединенный общим концептуально-художественным замыслом в единую целостную предметно-пространственную систему, несет значительный информационный потенциал и является одним из главных каналов музейной коммуникации. Именно эта концептуально-визуальная система и является по сути современной музейной

экспозицией, то есть объектом и продуктом творчества художника-экспозиционера в содружестве с научным сотрудником музея, иногда при участии сценариста.

Если экспозиции прошлых лет по характеру своих построений тяготели к статическому типу, то последние годы привнесли в музей или на выставку динамику, выразившуюся как в привлечении современных технических средств, так и в насыщении экспозиции технологиями доступности для современного зрителя, но в наибольшей мере в динамизме авторской интерпретации экспозиционной темы. Экспозиция наших дней, все более тяготея к динамике, характеризуется многогранностью и сложностью концептуальных решений, остротой и яркостью своего пластического выражения, сближая экспозиционный жанр со спецификой театрального действия, с неким сценографическим построением музейной среды, которая все в большей степени становится “игровой”.

Новые визуальные и компьютерные технологии, нацеленные на включение разных каналов восприятия, создают и новую эстетику музейного пространства. Не случайно в конце XX в., с распространением музейного дизайна, экспозиция стала рассматриваться музейными теоретиками как специфический вид искусства. Одновременно изменяется и степень творческой активности каждого из участников процесса восприятия, но у зрителя она всегда выше вследствие предъявления ему незавершенной модели прошлого или фрагментарного художественного произведения, провоцирующего на дополнительную активность.» [38]. Кто же выступает участниками процесса создания концепции, построения логического маршрута, визуального образа и насыщения смыслами музейной экспозиции?

Куратор

Важнейшей фигурой в современной музейной практике является

куратор: за последние десятилетия роль куратора значительно возросла, во многом благодаря тому, что представители этой профессии перестали быть просто организаторами и стали предлагать собственное видение современного искусства. Выставки стали такими же важными, как художники и произведения искусства, и вошли в историю искусств. Куратор занимается множеством организационных вопросов: он разрабатывает и утверждает концепцию экспозиции с руководством музея, затем ищет и отбирает работы художников, договаривается о создании site-specific произведений, совместно с другими участниками придумывает, как разместить экспонаты в имеющемся пространстве, продумывает маркетинговую концепцию продвижения выставки и опционально выполняет еще огромное количество функций. На него же обычно ложится ответственность за тексты на стенах, в каталогах и за все прочие информационные материалы к выставке (включающие сегодня тексты для интернета и социальных сетей).

Ключевая задача куратора – разработка концепции выставки. Случается так, что выражение идеи куратора обходится и без художественных работ за счет работы с пространством (мы уже иллюстрировали это примером выставки Ива Кляйна в 1958 году). Однако работая над ретроспективами, выставками традиционного искусства куратор тоже не обходится без концепции, которая вкладывается в логику экспозиции.

Как профессор в университете не является распространителем самого себя, а является распространителем своего предмета, так и куратор работает как профессионал. Екатерина Иноземцева (куратор музея «Гараж») однажды заметила, что куратор — это человек с особенной сенсорикой. С особым ощущением искусства, пространства, современности. Но если для удобства попытаться изыскать аналог, то куратора можно сравнить с кинорежиссером. И тот, и другой определяют содержание и судьбу события, выстраивают сценографию и процесс, дирижируют командой, в которую входят другие яркие, интересные люди.

Ещё один важный аспект кураторства — работа с публикой. Появление

музеев тесно связано с ростом буржуазии, и выставочное пространство — это, прежде всего, публичное пространство, и для посетителей музеев и галерей важно иметь доступ к искусству и постоянно открывать в нём что-то, что может повлиять на их жизнь. Американский куратор и историк искусства Джеймс Куно отмечает в своей книге «Whose Muse? Art Museums and the Public Trust», что после 11 сентября многие жители Нью-Йорка посещали музеи для того, чтобы увидеть картины, которые несмотря на свою хрупкость, пережили века [39].

Таким образом, кураторы, которые работают с коллекциями и организуют выставки, должны помнить, что они работают прежде всего для зрителей, у которых посещение выставки всегда связано с определёнными ожиданиями.

В статье интернет-журнала Look at me о кураторах отмечается еще одна очень важная функция куратора: «Куратор не только определяет тему выставки и организывает её, но и старается, чтобы она лучше «продавалась» и была привлекательна для зрителей. Именно поэтому многие кураторы уделяют внимание не только самой выставке (которая должна быть простой для восприятия), но и образовательной программе и изданию каталогов. Например, известный куратор Понтюс Хюльтен уделял особое внимание каталогам, и сейчас они считаются почти такими же важными произведениями искусства, как и те работы, которые он выставлял. Так, для выставки, посвящённой шведскому журналу Blandaren, Хюльтен придумал каталог в виде коробки, где каждое отделение соответствовало одному художнику-участнику, а для выставки Жана Тэнгли куратор решил сделать каталог-чемодан. Кроме того, успех выставки во многом зависит от известности участвующих художников. На 3-й Московской биеннале, которую курировал Жан-Юбер Мартен, было много работ «звёзд» современного искусства, что обеспечило ей рекордную посещаемость. Однако она во многом повторяла прошлые проекты Мартена и не получила признания профессионалов.» [64].

Андрей Мизиано, известный российский куратор в одном из интервью

на вопрос об ошибках кураторов отвечает: «Плохих, интеллектуально беспомощных кураторов называют exhibition maker — это такой внутренний сленговый термин. Какие ошибки совершают кураторы? Одна из самых распространенных — выбрать работы, а затем отдать все на откуп архитектору, который расставит их в пространстве, исходя из чистой прагматики: размера, «повесочной» площади и так далее. В результате выбранные произведения могут отвечать теме выставки, но совершенно не вступать друг с другом в диалог.» [65].

Кураторство, в отличие от художественных практик, прогрессирует: новые типы выставок не уничтожают старые, как это случается с художественными стилями, которые сменяя друг друга отправляют старый стиль в прошлое. Куратор уникален в отношении с произведениями искусства, потому как является единственной фигурой, уделяющей внимание потенциалу и характеру работы (произведения искусства) в выставке. Художник об этом не думает, когда создает произведение, критик смотрит на него, вычлняя из контекста экспозиции и других работ, историк будет проследивать то, почему и как это произведение встраивается и влияет на тенденции, которые изменили характер искусства со временем, или как это произведение дает нам другой взгляд на мир, антрополог будет размышлять насколько оно репрезентативно для своей культуры. Куратор, в свою очередь, реагирует на весть этот комплекс вопросов и своеобразно отвечает на них, пытаясь понять, как поместить это произведение рядом с другим (и каким?) в конкретном пространстве и как помочь зрителю взглянуть на произведение искусства таким образом, чтобы помимо ответов на все вышеуказанные вопросы был очевиден и кураторский, уникальный взгляд уже на комплекс произведений. Техника куратора – это пространство выставки и произведения искусства, размещенные в нем особым, уникальным образом. Поэтому кураторы смотрят на произведение искусства с точки зрения его потенциала работать как компонент другого целого – пространства выставки, и это главная особенность куратора, как участника процесса экспозиционной реализации.

Дизайнер

Современный музей не может быть только хранилищем артефактов, он должен взаимодействовать с внутренним миром посетителя, воздействуя на его эмоциональное восприятие, вовлекая в историческую среду с помощью активизации воображения. Таким образом, музей становится не только местом познания, но и местом организованного культурного досуга, где посетители проводят свое свободное время.

Роль дизайнера в создании современной музейной экспозиции заключается в искусстве организации специальной программной среды с наполнением ее соответствующим художественно-выразительным контекстом и обеспечением определенных функционально-утилитарных требований – дизайнеру важно не только выступить в качестве сценариста логики экспозиции, придерживаясь маршрута, заданного кураторской концепцией, но и обеспечить комфортный диалог зрителя с экспонатами посредством простых утилитарных приемов: освещения, температурной, аудиальной и альфакторной среды. Работая над созданием облика экспозиции, дизайнер отдает себе отчет, что музей – это архитектурное пространство, и от того, как это пространство будет организовано, зависит успех его работы, поэтому в сферу его деятельности включается и средовой дизайн территории, прилегающей к музею. Также дизайнер, создавая экспозицию, постоянно работает с коллективом музея, понимая необходимость глубокого и всестороннего знания представляемой темы.

Да, дизайнер не самостоятельно разрабатывает идею выставки – обычно концепцией занимается куратор или научный отдел музея, однако именно его задачей становится ясная иллюстрация этой идеи, которая рождается во взаимодействии с командой музея. Можно рассмотреть пример такого взаимодействия в процессе работы над экспозицией на примере сотрудничества музея «Гараж» с дизайн-архитектурным бюро «Мастерская Бэ» над выставкой «Холин и Сапгир: на правах рукописи» (2017г), где от дизайнеров требовалась разработка специальной витрины для демонстрации

рукописей иллюстраторов. В процессе взаимодействия дизайнеры предложили несколько форм, которые обсуждались с куратором выставки, а также с архивом музея, у которых был на тот момент доступ к экспонируемым объектам и свои собственные требования по их эксплуатации – определенный свет, защита стеклом и температурный режим внутри витрины. В результате совместных исканий, после создания нескольких эскизных прототипов команда музея остановилась на наиболее удовлетворяющем варианте. (Приложение А, рис. 11, 12, 13)

Существование различных направлений курирования выставок – презентации художественных произведений и музейной экспозиции – создает различие между дизайном, когда в пространстве доминируют не предметы, а концепции, формы, идеи, нематериальные явления и дизайном, показом подлинных музейных предметов, однако в обоих случаях мы будем применять термин «экспозиционный дизайн».

Вариант, когда дизайн является инструментом интерпретации, используется, например, в экспозиции «Открытые морские залы: Тихоокеанское время» владивостокского «Музея Города», одного из комплекса «Приморского государственного объединенного музея имени В.К. Арсеньева». Команда из куратора и дизайнера попытались создать настроение используя объекты, цитаты, обрывки фраз, не представляющих историко-художественную ценность, но посредством которых можно проиллюстрировать такое нематериальное явление, как «ожидание», в котором и заключается концепция «Тихоокеанского времени». Письма, которые были написаны моряками, ушедшими в рейды их семьям, подарки из заграницы, которые они после привозили, семейные фотографии, платья, в которых жены встречали своих моряков – все это не попадает в категорию «музейный предмет», однако для иллюстрации концепции дизайнер создает историю со своей системой символов: платье и накрытый по-праздничному стол внутри выставки теряют свое первичное значение и наделяются смыслом «ожидание». (Приложение А, рис. 14, 15, 16) «Города у моря живут в

собственном ритме. Это время состоит из расставаний и встреч, из ожидания и возвращения. Время и пространство здесь ощущается иначе, и эти понятия невозможно измерить и выразить ни в секундах, ни в километрах. «Открытые морские залы. Тихоокеанское время» – рассказ о ритме нашего города, ритме в котором жили, живут и будут жить несколько поколений...» - говорится в пресс-релизе выставки [66].

Совершенно другую задачу музей ставит перед дизайнером, когда тот с готовым и продуманным комплексом художественных произведений. Дизайн уже не выступает инструментом интерпретации, а усиливает посредством среды восприятие материала экспозиции зрителем, являясь при этом медиатором их коммуникации. Для примера можно рассмотреть выставку «Материализация», проходившую с апреля по сентябрь 2017 года в ЦСИ «Заря» г. Владивосток. Выставка о современном российском предметном дизайне не рассказывает свою историю, а просто демонстрирует предметы через классификацию по используемым для их создания материалам: дерево, камень, металл и керамика. Перед дизайнером не ставилась задача эмоционально окрасить отношение куратора к ситуации на рынке российского дизайна – его задача заключалась в том, чтобы связать в единый образ 50 отдельных предметов, выполненных из разных материалов в зале конкретной площади. Художественный прием, с помощью которого дизайнер выполнил эту задачу прост, как и тенденции в современном дизайне, которые куратор стремился проиллюстрировать – на все стены и пол зала был нанесен паттерн крупной сетки, как бы создающей сектора, в которых как раз располагались экспонаты. (Приложение А, рис. 17). Для такой модели репрезентации произведений искусства проблемой во взаимодействии музейных институций с дизайнерами и архитекторами часто является конфликт интересов: нужно учитывать, что главным в реализации экспозиционных проектов является экспонат и концепция, а дизайн вторичен, но случается, что дизайн и интерактивность выставки гораздо интереснее зрителю, чем ее смысловое наполнение.

В целом, различие этих двух направлений музейного дизайна можно описать так: в одном случае дизайнер начинает с экспонатов и стремится наилучшим образом выразить их суть, найти наилучший язык, чтобы заставить их говорить, в то время как в другом — дизайнер начинает с пространства и использует экспонаты для заполнения этого пространства. Сотворчество художника и музейного сотрудника (куратора, научного сотрудника или работника музейного фонда/архива) позволяет расширить творческий потенциал экспонатов и в какой-то степени «разбавить» жесткую профессиональную позицию работника музея. В связи с этим на первый план выходит вопрос объединения их усилий в создании единого, целостного, функционального художественно-научного произведения музейной экспозиции.

2.2 Инновации в экспозиционных трендах современного музея

Обращаясь к истории институционализации музеев, мы можем сказать, что экспозиционное пространство далеко не всегда выглядело однородно. Еще полтора века назад зритель мог, посетив музей не увидеть этикеток у экспонатов, а стены были завешаны по типу мозаики – произведения искусства подгонялись друг к другу по размеру рам. Демонстрация произведений искусства хронологически, объединение музейных залов по школам или географии - это лишь первые попытки реорганизовать экспозиции и сделать их доступнее для зрителя. В наше время мы сталкиваемся с тем, что многие музеи, проделав эти изначальные трансформации, или будучи спроектированными с их учетом, считают это достаточным. Однако, изучив потребности современного зрителя и зная, что стиль жизни современного человека (его способность усваивать и обрабатывать информацию) крайне отличается от потребностей и способностей зрителя XIX века, мы считаем необходимым определить инновации в экспозиционных трендах современных музеев и сформулировать рекомендации, исходя из которых музеи могут реорганизовать собственное музейное пространство и подход к созданию экспозиций.

Белый куб

К XX веку музеи, стремясь дисциплинировать пространство и посетителя, деконтекстуализировали искусство, наделяли его двойной отчужденностью: лишали архитектурного контекста и изолировали в галереях, стремясь абсолютно абстрагировать произведения искусства. Это новое музейное пространство критик Брайан О'Догерти называл «белым кубом». Манифестом этой тенденции стал Музей современного искусства в Нью-Йорке, открытый в 1939 г. (Приложение А, рис. 18) Здание музея более походило на жилое, чем на выставочное, вследствие отказа от парадной лестницы – вход располагался непосредственно с улицы, и отсутствия привычных колонн – плоский чистый фасад размещался на одной линии с другими зданиями. Его внутреннее пространство, по воспоминаниям первых

посетителей, внушало трепет и было предельно абстрактным. Разделенные невыразительными, преимущественно белыми перегородками, интерьеры музея вызвали ассоциации с медитативным пространством, чистым, как больничная палата. Подобный тип музейной архитектуры был обусловлен так же и потребностями экспонирования произведений модернистского искусства, анархизм которого, по словам Т. П. Калугиной, «делал невозможным их включение ни в какую другую систему, кроме отсутствия всякой системы» [43]. Зритель в новом, очищенном пространстве музея, становится индивидуальным партнером по диалогу с отдельным произведением, что требует соучастия и открытости любым толкованиям и предполагает полную вовлеченность в игру смыслами. Адекватным контекстом для подобного типа общения с искусством, может быть только музей, организованный по принципу белого куба, – чистое и абсолютное пространство, предназначенное исключительно для презентации искусства.

«Белый куб — это смесь нейтральности, объективности, безвременья и святости: парадоксальное сочетание, которое претендует на рациональность и беспристрастность, в то же время придавая работе почти мистические ценность и значительность.» [44] – говорит автор, предложивший термин такой модели музея.

Черный ящик

Модель «Белого куба» получила огромное распространение в американских и европейских музеях, а также в музеях и галереях современного искусства по всему миру. Главная особенность этой модели экспозиционирования – очищение всяких контекстов, является наименее доступной для наполнения экспозиции интерактивными элементами, поэтому в 2005 году американские исследователи и практики музееведения разработали выставочную концепцию дизайна «черный ящик» [45]. В отличие от концепции «белого куба» художественного музея, бестелесные визуальные формы которого не отвлекают посетителя от осмотра произведения искусства, «черный ящик» помещает посетителя в искусственно созданную дизайнером

среду. Черный ящик больше связан с мультимедийным погружением, чем с бытийной отстраненностью, которую обеспечивает белый куб. Чаще всего главным приемом выступает затемнение экспозиционного пространства с использованием световых акцентов: свет направляют на тексты, экспонаты. Иногда сами объекты выступают источником света – проецируемые видео, репродукции, интерактивные элементы выставки. Эффект «черного ящика» обеспечивает так называемый «вау-эффект», когда зритель за счет погружения в пространство с выделенными акцентами абстрагируется от повседневности и, поддаваясь задумке, фокусируется вместе со светом на объектах экспозиции. (Приложение А, рис. 19, 20, 21), (Приложение Б, рис. 19, 20)

Этот термин можно связать с придуманным русским акционистом Ильей Кабаковым понятием «тотальная инсталляция». «Это инсталляция, построенная на включении зрителя внутрь себя, рассчитанная на его реакцию внутри закрытого, без «окон», пространства, часто состоящего из нескольких помещений. Основное, решающее значение при этом имеет ее атмосфера, аура, возникающая из-за покраски стен, освещенности, конфигурации комнат и т.д., при этом многочисленные, «обычные» участники инсталляции – объекты, рисунки, картины, тексты – становятся рядовыми компонентами всего целого»[46]. Тотальную инсталляцию Ильи Кабакова «20 способов получить яблоко, слушая музыку Моцарта» владивостокские зрители могли наблюдать в 2017 году на IX Владивостокской международной биеннале визуальных искусств в новом «Парадном зале» Приморской государственной картинной галереи. (Приложение А, рис. 22)

Тотальная инсталляция не предполагает какой-либо определённой работы со светом, но также как и «черный ящик» должна обеспечивать полное погружения.

Маркетинговые технологии

Современный музей стал более активным медиатором общественных процессов, возросла роль музеев, как учреждений образования и развлечения. – ведь до эпохи глобализации в функциях музеев доминировала обязанность

сохранять культурное наследие. Музеи были своеобразными «храмами искусства», не слишком тесно связанными с основными экономическими и социально-политическими процессами. Одним из следствий изменения места музеев в общественной жизни стало заметное влияние рыночных отношений на деятельность музеев при серьезном сокращении государственного финансирования. Это заставило администраторов музеев начать использовать элементы маркетинга.

Концепция маркетинга родилась в середине XX в. как ответ на возникновение рынка потребителя. В основе этой концепции – философия производства исключительно той продукции, которая имеет платежеспособный спрос. Маркетинг показал себя исключительно эффективным инструментом управления в ситуации, когда выживание в решающей степени зависит от потребителя, имеющего выбор на конкурентном рынке.

Соболева и Эпштейн в своей статье заметили, что авторы многих музейных концепций, полагают, что маркетинговыми методиками, разработанными для коммерческих организаций, можно воспользоваться, заменив слово «продукция» словом «музей» и исходя из этого, в немногочисленных российских публикациях на данную тему прямо используется положение Ф. Котлера, определяющего маркетинг, как вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение потребностей через обмен [47]. По их мнению, это теоретическое положение нуждается в уточнении. Необходимо учесть особенность положения музеев как неприбыльных организаций, роль которых в обществе заметно отличается от той, что характерна для коммерческих предприятий. Соответственно, и музейный маркетинг определяется как процесс, направленный на реализацию миссии музея путем определения, предвидения и удовлетворения потребностей разных групп населения.

Эффективность музейного маркетинга определяется не через прибыль, как в случае с коммерческими предприятиями, а исходя из миссии музея.

Причем миссия формируется на основе возможностей и ограничений, определяемых имеющимися у музея ресурсами (коллекция, персонал, здание, репутация, финансы), под воздействием как легально зафиксированных в Уставе целей, так и государственной политики, а также мнения попечительских советов и руководства музея.

Функции музейного маркетинга заключаются в исследовании и сегментации рынков, определении рыночной, товарной, сбытовой и финансовой политики, создании организационных механизмов и решении коммуникативных задач. Однако все они имеют специфику, определяемую уже отмеченной ролью музеев и особенностями музейного товара. Коллекции сами по себе не обеспечивают успеха музея, равно как и количество посетителей. Критерием успеха является оценка деятельности музея публикой, отражающая приобретенный в музее опыт. Музей продает и рекламирует не столько предмет, сколько способ времяпровождения – это и насыщение себя знаниями, и генерация рефлексий – в общем, можно сказать, что музей продвигает потребление впечатлений. Согласно книге Б. Джозефа Пайна II и Джеймса Х. Гилмора «Экономика впечатлений. Работа - это театр, а каждый бизнес – сцена» современный человек ориентирован на получение уникальных, созданных специально для него впечатлений, поэтому массовая персонализация – чрезвычайно эффективный инструмент повышения потребительской ценности [48]. Уникальность потребления продукции музея состоит в том, что посетитель контролирует многие аспекты этого процесса: он сам должен выбирать, что и как долго смотреть, слушать ли экскурсовода или читать этикетки и т.д. В учреждениях культуры в качестве продукции выступают различные продукты и услуги, производимые и предоставляемые в соответствии с их миссией. Продукцией музея являются результаты его публикаторской и выставочной деятельности, то есть представление и интерпретация коллекций, образовательная работа – экскурсии, лекции, детские и юношеские студии, семинары, конференции, образовательные интенсивы и т.д. Кроме того, большое значение имеют дополнительные

товары. Они заключаются в информационном обеспечении, работе кафе, буфетов, музейных магазинов, специальных мастерских для посетителей, а также в проведении различных мероприятий – приемов, встреч, концертов, спектаклей, кинопоказов. Именно они создают основной товар музея – впечатления, остающиеся у посетителя.

Культура участия

Основная тенденция сегодня - это демократизация музея, которая основывается как на организации экспозиции, в большей степени, чем ранее, доступной для неподготовленной публики и для одиночных посетителей, так и на изменении отношения к аудитории в целом. Посетитель становится равноправным участником музейного диалога, музей работает в первую очередь для удовлетворения потребностей посетителя, который является залогом выживания музея.

В последние несколько лет зарубежные и российские музеологи активно обсуждают наступление нового периода в развитии культурной сферы – культуры участия или партиципаторной культуры. Культура участия, модели реализации ее в различных условиях, а также механизмы участия исследуются в ряде статей Д. Агаповой, Р.Харта, Т. Гафар, В. Голицыной, А. Караманова. Фактически, культура участия – это принципиально новая модель взаимодействия между культурными институтами и обществом, которая воплощается сегодня не только в музеях, но и в других культурных учреждениях мира [49].

В статье «Культура участия: миллионы диалогов» дается следующее определение феномену: «Participatory culture — это, прежде всего, свободное, деятельное и осознанное участие людей в культурных и социальных процессах, возможность для них быть не только «потребителями» или объектами воздействия, но вносить свой собственный вклад в принятие решений и создание культурных событий (например, выставок или образовательных программ)» [50].

Несмотря на то, что для музейного сообщества культура участия –

модель новая, сам термин давно используется в политической и общественной деятельности, часто можно услышать его в отношении политической и интернет-активности. Рождение явления тесно связано с распространением социальных интернет-технологий, которые позволили обычному потребителю информации стать активным создателем контента. В свое время развитие ресурсов, называемых Web 2.0, открыло возможности для трансформации интернет-среды из одностороннего транслятора информации в открытую сферу взаимодействия, стерло иерархию потребителя и производителя. По аналогии с интернет-активностью происходит трансформация пассивного музейного потребителя в участника и создателя культурных процессов, будь то культурное мероприятие или социальный проект. Культура участия является своеобразным ответом на культуру потребления. Именно музей является основным проводником партиципаторной культуры на рынке культурного производства и потребления, он предоставляет каждому посетителю возможность активно содействовать музейному развитию, внося вклад в развитие культурной сферы в целом.

Таким образом, благодаря развитию информационных технологий и демократизации всей музейной среды сегодня стало возможно говорить о партиципаторном музее — музее, который основывается на существенном участии в его деятельности посетителей, местного сообщества, партнеров и развивается во многом благодаря вложению их сил, времени, умений и знаний.

Использование современных технологий

Тема оснащения музея цифровыми технологиями и выхода в Интернет-пространство сегодня набирает все большую популярность среди различных музеев мира. И, конечно, ведутся дискуссии о перспективах такого оснащения, о том, какие позитивные и негативные стороны вносят технологии в музейное дело. Цифровые технологии сегодня стали тенденцией, присущей всей культурной сфере, в том числе они существенно повлияли на музейное сообщество, расколов его на два лагеря. Одни музеи используют

преимущества новых технологий, создавая виртуальные музеи и встраивая цифровые технологии в выставочную деятельность, позволяя тем самым посетителю получить дополнительную информацию и сделать выставку более интерактивной.

В то же время, множество специалистов музеологов заняли критическую позицию по отношению к внедрению технологий, говоря, что "тип музея-храма несправедливо заменен на тип музея — развлекательного центра, рожденного в триумфе новых технологий и новых способов репрезентации". Музеологи, выступающие с критикой чрезвычайной цифровизации музеев делают акцент на снижении уровня культурности самого музейного посетителя из-за "потакания дурному вкусу массовой аудитории" . Эти музеееды считают, что музеи должны презентовать посетителю вид высокого искусства, и, соответственно, поднимать зрителя на уровень представленной коллекции, а не стремиться популяризировать искусство, делая его не столько понятным, сколько "модным" и привлекательным для любой, даже самой невежественной аудитории. И именно влияние диджитализации музейной сферы на интеллектуальный уровень ее аудитории считается особенно большим. Порой выставка может полностью состоять из цифровых копий, как это произошло в серии выставок "Живые полотна". Сегодня это несколько проектов: "Айвазовский и маринисты", "Дали", "От Моне до Сезанна. Французские импрессионисты" и другие, в которых проекционное изображение полотен в формате высочайшего качества в сочетании с 3D анимацией и объемным звуком призвано полностью погрузить посетителя в живопись. Тем не менее, экспонирование мультимедийных копий известных картин вызвало критику как посетителей музея, так и специалистов-музееведов. (Приложение 1, рис. 23)

Процесс замещения подлинного экспоната цифровыми копиями сегодня стоит в центре музейной проблематики, ему посвящен ряд научных конференций и круглых столов. В качестве основного вопроса внедрения в экспозицию музея различных технологий сегодня рассматривается

необходимость сохранения баланса между ними и аутентичными экспонатами.

Резюмируя сказанное, можно сделать вывод о том, что привносить новые цифровые инструменты в музейное пространство необходимо тогда, когда они изначально являются хорошо продуманным инструментом, который носит информационно-познавательный характер и может вовлечь аудиторию музея в более глубокую коммуникацию. Технологии не должны привноситься в музей ради технологий, не стоит оснащать музей цифровыми инструментами, если они будут жить отдельной жизнью внутри музея, отвлекать посетителя от экспонатов музея и впечатлять его настолько, что посетитель запомнит сам цифровой инструмент, но не информацию, которую он доносит.

Многие из музеев, которые включают в свои экспозиции мультимедиа-технологии сталкиваются с тем, что при разработке инструмента мало внимания уделяется контенту, наполнению технологии. Эта ошибка чревата тем, что технологии становятся самоцелью, и рекреационная функция музея становится более активной, чем остальные. Разработка грамотного содержимого должна производиться перед тем, как сделать его цифровую оболочку (мобильное приложение, интерактивный экран, дополненную реальность, и т.д.), так как именно контент – это сообщение, которое необходимо донести при помощи перечисленных инструментов. Визуальная несбалансированность экспозиции и технологий, несвязность цифровых инсталляций и общего замысла экспозиции – это еще одна проблема, с которой может столкнуться музей в погоне за технологичностью. Такая ошибка связана опять же с необходимостью воспринимать технологии как средство коммуникации, которое помогает, актуализирует, доносит музейный предмет до зрителя. При выполнении всех критериев концептуальной обоснованности мультимедийных инструментов, их грамотном синтезе, технологии имеют большие возможности стать коммуникационным подспорьем музею.

Имеется ряд перспектив использования цифровых технологий в развитии коммуникационной деятельности, которые можно сформулировать сегодня, одна из них это качественное улучшение коммуникации с музейным предметом [51]. Человек сегодня оказывается перегруженным огромным потоком информации, с которым он сталкивается ежедневно, поэтому музею необходимо выделиться из общего информационного фона, и именно яркая подача контента с применением новых технологий позволяет более глубоко воздействовать на посетителя, оставить в памяти больше впечатлений о музейном предмете.

Но самой перспективной тенденцией, в применении которой заинтересовано огромное количество институций по всему миру – это работа с цифровыми технологиями при хранении и изучении экспонатов. Для посетителя такая работа выражается например в получении доступа к экспонатам, которые вживую показать невозможно. Например, к таким экспонатам относится графика, которая не может быть долго экспонирована на свету. Музеееды видят в цифровых технологиях именно возможность оцифровать экспонаты и демонстрировать их затем широкой публике. Как было написано в данной работе ранее, одна из наиболее актуальных проблем музейной сферы - это отсутствие повторного посещения музея, после насыщения контентом основной экспозиции. Цифровые технологии могут помочь поддерживать взаимоотношение с музейной аудиторией вне его визита в музей, например, посетитель может подписаться в группу музея в социальных сетях, интересоваться его жизнью на сайте, что увеличит его заинтересованность в последующем взаимодействии с музеем и совершении повторных визитов.

Создание разных сценариев посещения музея для различных аудиторий. Такая перспектива обусловлена для музея необходимостью работать с разными аудиториями, чтобы оставаться интересным местом для каждой из них. Например, в музее могут быть использованы разные технологии для семейного и индивидуального посещения. Так, для семейной аудитории важно

помнить о необходимости вовлечения ребенка в коммуникацию при помощи интерактивных технологий, которые можно потрогать, подвигать. С индивидуальными посетителями необходимо работать таким образом, чтобы избавить его от проблемы "информационного одиночества" в музее. Если предоставить недостаточное количество информации для посетителя, он будет искать ее за пределами экспозиции, в Интернете, у друзей и знакомых, но перед музеем стоит задача погрузить посетителя в изучение предмета своими средствами, поэтому для работы с индивидуальными посетителями можно использовать аудиогиды и аудиоэтикетки, мобильные приложения, интерактивные экраны с информацией. Цифровые технологии дают возможность показать одну и ту же выставку по-разному, в зависимости от тех инструментов, которые будут в ней использованы. Они перспективны именно с позиции свободного выбора посетителем того контента, который наиболее соответствует его запросам. Институт музея покидает границы здания музея и осваивает виртуальные ресурсы, тем самым усиливает глобальное присутствие в мире. Широкая публикация собраний музея в Интернете способна привлечь в музей и новых посетителей, и новых партнеров. Принцип открытости, на который опираются музеи при выходе в веб-пространство, будет способствовать расширению межмузейного обмена, в том числе и международного.

Цифровые инструменты должны помогать аудитории лучше понимать искусство (если это художественный музей) или другую представленную в музее сферу, а также должны побуждать участников коммуникационного процесса к рефлексии и вызывать желание делиться своими идеями. Коммуникация должна быть выстроена таким образом, чтобы у посетителя появлялось желание в более глубоком изучении предмета музея, а музей мог бы предоставить доступ к легкому получению информации, которая, в отличие от сторонних источников, всегда была бы достоверной. Также технологии могут и должны минимизировать те проблемы, с которыми периодически сталкиваются посетители музея, а значит должны использоваться в навигации,

поиске информации, должны при необходимости готовить посетителя к визиту в музей и сопровождать его после (например, посетитель может оставить отзыв в социальных сетях или задать там же оставшиеся у него вопросы). Для этого, прежде всего, любой цифровой инструмент должен быть ориентирован на аудиторию и ее заинтересованность в работе с таким инструментом, фактически сам запрос на оснащение музея технологиями исходит сегодня от самих посетителей, которые ждут, что музей будет модернизироваться и необходимо учитывать мнение пользователей при разработке новых инструментов взаимодействия с ними.

Это лишь небольшая часть потенциала, которые открывает перед музеем внедрение новых технологий как во внутримузейное пространство – его экспозицию и внутренние проекты, так и работа с внемузейным цифровым пространством. Все перечисленные тенденции работы с технологиями использованы в различных музеях мира, и сложно сказать, какие еще возможности откроются перед музеями благодаря диджитализации сферы, ведь в мире постоянно разрабатываются новые технологии, которые могут открыть и новые возможности как для построения более качественных коммуникаций со всеми аудиториями музея, так и для совершенствования музейного пространства.

2.2.1 Практические рекомендации для позиционирования современного музея

Если проанализировать приведенные выше тенденции, то хочется выделить несколько прикладных руководств, соблюдая которые можно модернизировать музей и отвечать запросам современного зрителя, а также качественно реализовывать экспозиции:

1. Попытаться разграничить очереди за билетами, если они есть. Практически ничего так не ценно современному человеку, как его собственное время. И хотя в России есть примеры, когда из очереди в музей создавался информационный повод, редкие институции в исключительных случаях могут позволить своего посетителя ожидать встречи с искусством, а учитывая погодные условия России(как центральной, так и регионов) очереди, если и могут быть, то только внутри помещения музея.

2. У музея должен быть свой запоминающийся фирменный стиль, заключающийся не только в уникальном логотипе и знаке музея, но и все, что включает в себя понятие айдентика в графическом дизайне – это визуальный образ, набор графических элементов, созданных в одном стиле и используемых в оформлении фирменных пакетов, полиграфии, рекламе, музейной навигации, сайта. Он нужен для того, чтобы сделать музей более презентабельным и узнаваемым, для того, чтобы повысить уровень доверия, ведь поддерживая фирменным стилем любую из своих прикладных деятельности музей определенно создаст впечатление слаженной работы команды специалистов.

3. Уникальную айдентику стоит разрабатывать и для крупных экспозиций. Если экспозиция будет включать в себя не только саму выставку, но и печать каталога, образовательную программу, кинопоказы и другие мероприятия, оформлять которые(или анонсы о которых) можно используя элементы фирменного стиля музея и созданную уникальную айдентику. Это повысит узнаваемость и престиж экспозиции, позволит разработать сувениры,

открытки.

4. В век глобализации, когда даже самые редкие предметы можно приобретать онлайн, особенно ценятся сувениры с указанием уникального места, которые можно приобрести только здесь и сейчас, так что созданием брендированной сувенирной продукции интересуются все больше музеев по всему миру. Плюс сувенирной продукции в том, что посетитель, приобретая ее будет распространять образ человека, поддерживающего деятельность конкретного музея, гордящегося его посещением, тем самым будет повышать статус и создавать рекламу музею. Брендировать можно вещи из повседневного обихода или вещи, так или иначе ассоциирующиеся с искусством, так и делают музеи по всему миру – брендировать шоколад, кружки, ручки, карандаши, значки, брелоки для ключей, маски для сна, закладки для книг, блокноты, мозаики, магниты на холодильник, подставки под горячее, платки, футболки, сумки, зонты, карманные зеркальца, чехлы для смартфонов и многие другие предметы, окружающие нас в повседневности. Иногда музеи удивляют и создают совсем интригующие сувениры: так поступил Пушкинский музей, выпустив к столетию музея серию фирменных сувениров, в числе которых была уникальная парфюмированная вода «105». (Приложение А, рис. 24) Но если пойти по более сложному и интересному пути, можно разработать сувенирную продукцию назначения, связанного с концепцией музея или экспозиции. Например, для выставки «Japan in architecture» в Токийском музее «MORI» была разработана линия сувениров, помимо стандартного набора «ручка, футболка, сумка, значок» связанных с архитектурной деятельностью – чертежные линейки, карандаши, органайзеры для канцелярии, рулетки с айдентикой экспозиции. Так как посетителями экспозиции в большинстве были архитекторы (как японские, так и гости страны) мало кто мог удержаться от покупки инструментов с фирменным стилем, растиражировав после сведения о выставке и музее.

5. Расположить кафе в холле музея(если площадь и финансовые возможности позволяют это сделать), желательно обеспечив к нему доступ и

перед в ходом в экспозицию, и перед выходом из нее. В последнее время кафе стали открываться не только в крупных, но и в маленьких музеях, ведь это прекрасная возможность стилизовать его под концепцию музея и оставить еще больше впечатлений о посещении музея, не говоря о том, что длительное нахождения в музее может пробудить у гостя жажду и голод, а зная, что в холле музея его ждет подкрепление, посетитель музея не будет спешить покинуть залы экспозиции.

6. Наличие чистых и доступных санузлов – это один из самых показателей прогрессивности и адекватности музея, который показывает, что музей заботится о комфорте своих посетителей и надеется на их длительное пребывание в музее. Конечно, дворцово-храмовые постройки редко могут позволить себе реорганизацию внутреннего пространства, однако в таком случае, необходимо обеспечить доступную и понятную навигацию в санузел, исходя из все тех же побуждений.

7. Все чаще музеи стали практиковать увеличение своих рабочих часов или смещают их к обеденно-вечернему времени. Иногда темпы жизни современного человека диктуют следующие правила: какой бы ни была твоя любовь к искусству, ты просто-напросто не можешь позволить покидать рабочее место, а стандартные часы работы музеев зачастую соответствуют с рабочими графиками большинства людей. Стремление принять как можно больше зрителей на экспозиции, получить широкую и благодарную аудиторию на вернисажах и мероприятиях образовательных программ побуждает музеи к тому, что музеи закрываются позже, чем было принято раньше: рабочий день продляется до 20-21:00.

8. Музеи, экспозиции которых дополняются или меняются, могут создавать системы лояльности для своих постоянных посетителей. Например, музей «Гараж» ввел свою программу лояльности, создав карты привелегий, владельцы которых получают бесплатный вход на выставки, скидки, приоритетное бронирование мест на события, специальные мероприятия и другие привилегии в течение года. Участники программы лояльности Музея

«Гараж» в течение года получают бесплатный приоритетный проход на выставки в компании друга, возможность покупать со скидкой последние новинки от ведущих издательств и оригинальные подарки в книжном магазине, наслаждаться кулинарными открытиями шеф-повара кафе по специальным ценам, посещать мастерские художников и частные коллекции современного искусства в России. У музея существуют разные карты: «студенческая», «индивидуальная», «индивидуальная+», «семейная» и «круг ценителей» которые отличаются по цене и преимуществам[67].

9. Музей, если уже имеет хорошую репутацию, может привлекать к работе волонтеров, студентов смежных с деятельностью музея специальностей, организовывать стажировки в научном, маркетинговом, и других отделах музея.

10. Каждую выставку сопровождать образовательной программой, уделяя внимание разным категориям посетителей: знаток/впервые познакомившийся, дети/молодые люди/пожилые люди. О необходимости образовательной программы для современного музея подробно рассказывается в параграфе 1.3.

11. Включая в экспозицию интерактивные элементы позаботиться о гигиене: планшеты, тактильные экспонаты – огромное количество посетителей будет взаимодействовать с вашим интерактивом, так что проявлением хорошего тона будет размещение санитайзеров или навигационных табличек с напоминанием посетить умывальник.

12. Если в экспозицию включены видео-арт работы или книги, то необходимо позаботиться о местах для сидения, чтобы зрители комфортно могли знакомиться с содержимым работ. Также эта необходимость обуславливается тем, что современный зритель испытывает потребность и сосредотачиваться, и отвлекаться, изучая новый материал, о чем подробно рассказано в параграфе 1.2. – отвлекается зритель на рефлексии, неотъемлемое общение в социальных сетях и с другими посетителями музея, и если музей предусмотрит это, у него есть шанс продлить пребывание

посетителей в музее (что скорее всего даст ему возможность лучше усвоить материалы экспозиций), что в свою очередь побудит его к посещению сувенирного или книжного магазина – чтобы запечатлеть посещение музея/выставки и музейного кафе – чтобы утолить голод.

13. Всегда помнить маршрут и логику экспозиции. Можно привести пример ретроспективной выставки «Джорджо де Кирико. Метафизические прозрения», экспонируемой летом 2017 года в «Новой Третьяковке» на Крымском валу в Москве. (Приложение А, рис. 25, 26) Невооруженным взглядом можно заметить, что над дизайном экспозиции работали профессионалы, свет, цвета – все в зале свидетельствовало о тщательно продуманном дизайн-проекте. Но на контрасте с таким ярким дизайном в глаза бросалась серьезная ошибка дизайнера: так как выставка ретроспективная, она была разбита на периоды творчества художника, каждый из которых сопровождался таким набором атрибутов дизайна, как уникальный для периода цвет стен, декоративная архитектурная форма-стенд в центре зала, символизирующая направление в деятельности художника, и text-wall (популярный прием в современном дизайне – размещение крупных сопроводительных текстов непосредственно на стене внутри экспозиции). Ошибка была допущена в том, что text-wall во всех периодах был расположен до ряда картин, принадлежащих ему, а в одном из периодов – после, что серьезно путало, о каком периоде идет речь. Нечастому посетителю музеев, возможно, это не бросится в глаза, однако, когда сталкиваешься с такой стройной системой образов, такая грубая ошибка очевидна.

14. При проектировании экспозиции нужно внимательно продумывать световую сцену: если произведение искусства требует детального рассмотрения, настраивать более яркий и холодный сконцентрированный свет. По пути следования заданным куратором маршрутом, настраивать освещение, стараясь выделить особенно значимые периоды или работы.

15. Если финансовые возможности, время и ресурсы позволяют –

стараться готовить залы галерей по теме выставки под каждую экспозицию: проработать освещение, перекрасить стены, настроить аудиальную и альфакторную сцены. Одним из самых распространенных приемов современного музейного дизайна является покраска или обивка стен (иногда и полов) в выставочных залах, ведь известно, что колористика имеет свою систему образов и символов. В пример привести можно экспозицию в главном корпусе Приморском музее имени В.К.Арсеньева «LENIN. Образ вождя», где в залах музея стены выкрашены в ярко красный цвет, символ революции и СССР. (Приложение А, рис. 26, 27)

16. Дизайн выставки не должен быть более запоминающимся, чем экспонаты.

17. Этикетаж должен быть выполнен в едином стиле для всех работ в экспозиции.

18. Как бы современные музейные тенденции нас не настраивали на модель «доступного музея», доступность произведения искусства далеко не всегда уместна, поэтому в случаях, когда надо создать возвышенный и элитарный образ, можно пользоваться инструментами вроде витрин, контрастного освещения, обрамления и зонирования пространства. Это не значит, что пункты, касающиеся комфортного и длительного пребывания в музее исключаются, но в случае с элитарностью будут действовать другие правила организации комфорта.

19. Экспозиция может располагаться не только в галерейных залах музея: весь музей должен показать, что гордится своей работой над выставкой или рад принимать ее в своих стенах, поэтому отголоски проходящей экспозиции или общей тематики сезона в музее должны быть нюансно отражены в библиотеке, фойе, сувенирной продукции и даже на фасаде музея. Например, музей «Гараж» дополняет свои экспозиции экстерьерными нюансами, используя герметичные паттерны из белой самоклеющейся бумаги на стеклах здания музея, разработанные в фирменном стиле выставки под каждую новую крупную экспозицию.

ГЛАВА 3. МЕРОПРИЯТИЯ, МАТЕРИАЛЫ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ИНИЦИАТИВЫ, СВЯЗАННЫЕ С ПОВЫШЕНИЕМ И УЛУЧШЕНИЕМ ФУНКЦИЙ ЭКСПОЗИЦИИ.

На данный момент среди Российских музеев наблюдается активная заинтересованность в модернизации собственной деятельности, расширении функций и сфер влияния. Проведение подобных реорганизаций требует включения в штат или привлечения специалистов, которые уже имеют подобный опыт или, по крайней мере, имеют представление об основных тенденциях организации музейного пространства, экспозиций, образовательных и культурных программ. В связи с этим различные организации заинтересованы в проведении образовательных мероприятий и подготовке учебных материалов для подготовки музейных (или заинтересованных в деятельности музеев) сотрудников.

Благотворительный фонд В. Потанина

– один из первых частных фондов в современной России, созданный в 1999 году предпринимателем Владимиром Потаниным для реализации программ в сфере образования и культуры. Сегодня Фонд проводит долгосрочные стипендиальные и грантовые программы, адресованные студентам и преподавателям государственных и негосударственных вузов России, музейным специалистам, профессионалам спортивной отрасли, специалистам по созданию и развитию эндаументов.

Фонд поддерживает стремление музеев к предъявлению себя как среды для развития и творчества, формированию нового языка и инструментов общения с разными аудиториями, к трансформации в открытые общественные институты, центры инноваций, творчества и партнерства, формирующие направления развития регионов и влияющие на качество жизни.

Благотворительная программа «Музей без границ» - один из проектов фонда Потанина по поддержке специалистов и организаций, способных

повлиять на трансформацию музеев в современные открытые общественные институты, центры просвещения инноваций, а также способных придать дополнительный импульс социально-экономическому и рекреационному развитию территорий.

Фонд ставит перед собой цель с помощью программы создать условия для раскрытия творческого потенциала и креативного мышления у волонтеров, российских и международных музейных/культурных некоммерческих сообществ, расширить возможности профессиональной и личностной реализации и стимулировать к формированию партнерств, распространять и масштабировать успешный опыт. «Программа ставит перед собой ряд целей и задач, среди которых:

- Содействие успешному долгосрочному развитию и финансовой устойчивости российских музеев и организаций, осуществляющих музейную деятельность.
- Усиление роли музеев как независимых общественных и культурных институтов, центров знаний и инноваций, драйверов развития регионов.
- Развитие межмузейного общения и взаимодействия музеев с организациями из других сфер деятельности для реализации партнерских программ и повышения их эффективности.
- Актуализация повестки публичной деятельности российских музеев и включение музеев в мультикультурный международный ландшафт.
- Повышение престижа музейной профессии, развитие рынка специальностей, отвечающих требованию времени и стратегическим приоритетам музеев.
- Содействие росту профессиональной и социальной компетентности сотрудников российских музеев.
- Поиск и продвижение новаторских подходов в музейной деятельности, в том числе междисциплинарных. Тиражирование и масштабирование успешных практик.
- Совершенствование профессиональных стандартов и управленческой

культуры в музейной сфере.

- Организация платформы для профессионального межмузейного и межсекторного обмена.
- Поддержка музеев, стремящихся укреплять свой статус, развивать просветительскую, коммуникационную и социально значимую деятельность.
- Вовлечение активных заинтересованных граждан в работу музеев, развитие культуры участия и добровольчества/ волонтерства.
- Содействие знакомству музейных специалистов с лучшими российскими и международными практиками и новыми формами работы в музейной отрасли и смежных областях.
- Предоставление сотрудникам музеев условий и ресурсов для расширения компетенций, профессионального и творческого роста, развития навыков взаимодействия, реализации лидерского потенциала.» [68].

В рамках программы «Музей без границ» Благотворительный фонд В. Потанина проводит ряд конкурсов: «Музей. Сила места», «Музейный флагман», «Музей 4.0», «Музейный десант», «Меняющийся музей в меняющемся мире» «Cultural Skills Academy» и множество других специальных проектов, каждый из которых преследует свои цели и имеет свою целевую аудиторию.

Программа должна позволить участникам в будущем выйти за рамки традиционной музейной деятельности, объединяя предметные знания с гибкими социальными навыками, необходимыми для реализации стратегического видения, эффективного управления музеями, взаимодействия с различными стейкхолдерами и получения ответов на актуальные вызовы, помочь российским музеям и музейным организациям консолидироваться и укрепить свой авторитет в качестве центров инноваций, инициаторов межсекторного диалога и развития территорий, чтобы перейти от краткосрочных разовых проектов к долговременным программам и

стратегическим партнерствам, обеспечивающим устойчивость результатов. Благодаря этой программе фонда музеи смогут разнообразить используемые практики работы с наследием, территорией, аудиториями, местными сообществами, организациями из других сфер деятельности. Повышение авторитета музеев на местах поможет их интеграции в международное культурное и общественное пространство, становлению в качестве открытых просветительских, инновационных и социальных центров.

Интермузей

«Интермузей» — ежегодный фестиваль, проходящий в конце мая-начале июня, который объединяет на одной площадке более 300 музеев из России, стран ближнего и дальнего зарубежья. Он организован министерством культуры РФ, проводится с 1999 года, авторами идеи стали главный редактор журнала «Мир музея» Юрий Пишулин и Татьяна Кибальчич. В 2018 году был проведен XX, юбилейный фестиваль. Каждый год Интермузей объявляет тему, которая объединяет экспозиционную часть, деловую и культурную программу и становится заглавной темой конкурсной программы фестиваля. Организаторами Интермузея являются Министерство культуры Российской Федерации, Благотворительный фонд В. Потанина, Союз музеев России, и РОСИЗО.

В деловую программу Интермузея входят многочисленные мероприятия профессиональной тематики для специалистов музейной сферы, там обсуждаются волонтерские и образовательные проекты, вопросы кадровой политики, интерактивные и мультимедийные технологии, музеи, участвующие в фестивале представляют наиболее успешные и инновационные проекты, реализованные за последние годы. Всегда с большим интересом встречаются мероприятия с участием коллег из других стран, ведь это возможность для обмена опытом, обсуждения общемировых тенденций.

Для посетителей Интермузея каждый год разрабатывается обширная культурная программа, интересная для любых возрастных категорий. На разных площадках, в том числе на главной сцене фестиваля, проходят лекции,

дискуссии, творческие встречи, публичные интервью, концерты и спектакли. О своей работе и музейных проектах рассказывают режиссёры, художники, коллекционеры, архитекторы и дизайнеры. Особенно хочется отметить внимание организаторов к составлению детской программы, в рамках которой проходят многообразные образовательные мероприятия: у юных гостей есть возможность порисовать вместе с современными художниками, проводить научные исследования, ставить эксперименты, в развлекательной форме узнавать интересные факты из экспозиции, которые в другой форме, возможно, вряд ли привлекли бы современного ребенка. Это в очередной раз доказывает открытость и доступность современных музеев зрителю.

Конкурсная программа – это по многим причинам наиболее ожидаемая участниками часть фестиваля, многие музеи приезжают именно ради того, чтобы выдвинуть себя на конкурс в одной из номинаций, которые ежегодно меняются в зависимости от заданной темы. Вот номинации, заявленные конкурсной программой XX фестиваля «Интермузей», тема которого «Музеи и Общество»:

- Лучший научно-исследовательский музейный проект
- Лучший просветительский музейный проект
- Лучший проект, направленный на межрегиональное взаимодействие
- Лучший проект, направленный на социальное взаимодействие

По каждой из четырех номинации определяется победитель, отдельно принуждается ГРАН-ПРИ по теме фестиваля. Также ежегодно вручаются дополнительные премии, призы и поощрения от ИКОМ России, Благотворительного фонда В. Потанина, Союза музеев России, журнала «Мир Музеев», Музея Кино и других партнеров фестиваля [69].

В первую очередь, фестиваль – это возможность для музейных институций и организаций, связывающих свою деятельность с музеями, показать свои достижения и опыт друг другу. Конкурсная программа стимулирует музеи демонстрировать свои достижения, создавая тем самым доступное информационное поле для участников процесса реализации

экспозиций и музейных проектов, благодаря чему все участники (около 400 музеев ежегодно) могут заимствовать опыт своих коллег и применять уже успешные решения в своей практике. Ежегодно «Интермузей» развивается и обновляется, за счет огромного количества участников, каждый из которых вносит новые предложения, поднимает новые темы и вопросы.

Музейный Гид

Форум «Музейный гид» – одно из самых грандиозных событий фестиваля «Интермузей» – это открытая дискуссионная площадка для специалистов культурной и научной сферы, деятельность которых связана с музеями. Стоит отметить, что форум приглашает к диалогу не только сотрудников музейной сферы, но и специалистов из области науки, искусства, IT, образования, урбанистики, медиа, туризма, социального проектирования – всех, кто готов выходить из привычных рамок и развивать межсекторное межкультурное взаимодействие. Событие освещает достижения современных проектных технологий, транслирует идеи новых практик в области культуры через серию тренингов, мастер-классов и других активных форматов. В рамках форума у Благотворительного фонда В. Потанина есть возможность продемонстрировать основные направления своей деятельности в области культуры на большую аудиторию. Примечательно, что участники форума из разных уголков страны и имеют возможность лично познакомиться друг с другом и в последствие налаживать деловые связи, организовывать совместные проекты, оказывать поддержку в организации проектов и мероприятий внутри музеев.

Форум непосредственно состоит из экспозиции, дискуссионной площадки и лаборатории. Дискуссионная площадка – это место, где сконцентрированы основные события форума. Здесь проходят дискуссии, интервью, лекции и презентации, обсуждаются способы коммуникации современного музея, взаимоотношения музеев с местными сообществами, демонстрируются решения поиска дополнительных финансовых ресурсов для музеев. На экспозиции представляется весь комплекс музейных

Благотворительного Фонда В. Потанина, а также проекты-победители конкурса «Меняющийся музей в меняющемся мире», которые по итогу реализации были признаны лучшими. Лаборатория – это площадка, созданная для знакомства с современными музейными технологиями, моделями и практиками через мастер-классы, тренинги, и другие активности.

ФОРМА - Петербургская биеннале музейного дизайна

Петербургская биеннале музейного дизайна — новый проект, международный проект, инициированный Комитетом по культуре Санкт-Петербурга и Фондом «ПРО АРТЕ» в партнерстве с Государственным Эрмитажем, который позволяет посмотреть на музеи под новым углом зрения и ставит перед собой цель ответить на вопросы:

- как музеи проектируют свои здания и делают их комфортными для посетителей и функциональными для хранения коллекций?
- как и почему музеи выбирают те или иные дизайнерские решения для оформления своих выставок и экспозиций?
- как современный музейный дизайн определяет «лицо и характер» музея и помогает взаимодействовать со зрителем?

Музейный дизайн – это новые архитектурные решения музейного пространства, дизайн постоянных экспозиций и временных выставок, новые идеи музейной навигации, дизайн печатной продукции и многое другое. Основная программа биеннале проекты и выставки, выполненные приглашенными российскими и зарубежными дизайнерами в музеях города.

Биеннале музейного дизайна стартовала в 2014 году. Организаторы, Государственный Эрмитаж и Фонд "ПРО АРТЕ", привлекли известные дизайн-бюро с мировым именем и предоставили им площадки по всему городу. В самом Эрмитаже, хоть он и выступил одним из инициаторов, проекта, к сожалению, не было. В биеннале приняли участие Музей городской скульптуры, Музей обороны и блокады Ленинграда, Нарвские триумфальные ворота, Дом-музей Шаляпина, Музей хлеба и другие культурные точки на карте города (большинство площадок находилось в центре Санкт-

Петербурга). Москва на Петербургской биеннале тоже отметилась — выставкой проектов нового здания Государственного центра современного искусства, привезя проект-победитель конкурса от ирландского дизайн-бюро Heneghan Peng, а также концепции дизайнеров, вошедших в шорт-лист. Также Москва привезла проект организации нового музейного кластера в районе Боровицкой площади. Помимо выставок, к биеннале приурочена обширная лекционная программа в Эрмитаже, которая стартовала еще в 2013 году. Среди лекторов — Джонатан Барнбрук, Абха Ламбах, Рейульф Рамстад из Норвегии, Элизабет Топсе, Жан-Мишель Вильмотт и даже легендарный директор венского музея MAK Петер Нойвер [70].

В программе второго выпуска Биеннале, проведенной в 2016 году также были представлены проекты и выставки, выполненные приглашенными российскими и зарубежными дизайнерами в музеях города и проведена впечатляющая лекционная программа.

Третий выпуск биеннале музейного дизайна «Форма» пройдет в ноябре-декабре 2018 года.

Издательская программа Garage PRO

Музей «Гараж» издает каталоги выставок с момента своего основания. В 2012 году совместно с издательством Ad Marginem запущена издательская программа о современном искусстве, фотографии, архитектуре, театре, кинематографе и теории новых медиа. В рамках совместной программы с издательством Ad Marginem в 2012–2017 годах опубликовано более 130 книг ведущих мировых теоретиков и деятелей культуры общим тиражом более 550 000 экземпляров. Среди авторов такие значимые фигуры, как Борис Гройс, Жиль Делёз, Ханс Ульрих Обрист, Сьюзен Сонтаг, Вальтер Беньямин, Клэр Бишоп, Дэвид Брукс, Виктор Мизиано, Ласло Мохой-Надь. В рамках программы реализован специальный проект – серия GARAGE PRO, в рамках которой публикуются тексты для специалистов, работающих в музейной сфере, книги о кураторстве, музейных пространствах, культурном маркетинге, арт-критике и о художественном образовании. Задача серии — представить

размышления кураторов, художников, критиков и искусствоведов из разных уголков мира о работе в сфере культуры и искусства сегодня. Особое внимание уделено современной кураторской практике – музей делает ставку на это активно развивающееся и востребованное направление в индустрии и создает этот своеобразный кейс методических материалов для кураторов[71].

На сегодняшний момент серия Garage PRO включает в себя 17 книг, но издательство и музей не перестают работать над новыми материалами. Также стоит отметить, что многие другие книги совместной издательской программы Ad.Margeinem и Музея «Гараж» могут оказаться полезными для участников реализации экспозиций – критические биографии, сборники статей художественных критиков, книги о различных аспектах современной культуры – это все представляет собой некоторую сводку потребностей посетителя современного музея, ведь «Гараж» начинал свою деятельность как центр современной культуры.

Например, представить, что из себя представляет современный зритель и проследить за предпосылками формирования интересов современного прогрессивного общества нам поможет книга Дэвида Брукса «Бобо в раю: откуда берется новая элита». Проанализировать и составить картину внутренних взаимоотношений в арт-среде может помочь шутливая книжка «Поклонник вашего таланта: искусство и этикет», иллюстрирующая анекдотические ситуации из жизни арт-менеджеров, художников, галеристов и музейщиков. Познакомиться с историей современного искусства поможет энциклопедическая книга «Искусство с 1900 года: модернизм, антимодернизм, постмодернизм». Это двадцать две главы, выстроенные хронологически, год за годом обозревают ключевые события в искусстве — будь то создание выдающегося произведения, публикация важного текста или открытие значительной выставки, — образуя не одну, а множество историй искусства в период с 1900 года до наших дней. Пятеро авторов – Хэл Фостер, Розалинд Краусс, Ив-Ален Буа, Бенджамин Х. Д. Бухло, Дэвид Джослит – подвергли углубленному анализу все поворотные моменты и прорывы модернизма и

постмодернизма, а также шедшие им наперекор антимодернистские реакции.

Про Арте и СПбГУ

Спецкурс по музейному дизайну – совместный проект Петербургского благотворительного фонда культуры и искусства «ПРО АРТЕ» и Факультета искусств СПбГУ. Программа предназначена для студентов бакалавриата и магистратуры Факультета искусств СПбГУ, обучающихся по направлению «Дизайн» (графический дизайн и дизайн среды).

Полугодичный курс сочетает в себе лекции, экскурсии в музеи и практические занятия на темы музейного дизайна – с возможностью для студентов последующей реальной работы над проектами выставок и графической продукции для музеев Санкт-Петербурга. Занятия курса проходят в лекционных залах Фонда «ПРО АРТЕ» в Петропавловской крепости, а также в экспозициях и фондах петербургских музеев. Программа осуществляется с участием Государственного Эрмитажа, Государственного музея истории Санкт-Петербурга, Государственного музея политической истории России, Центрального музея связи имени А.С. Попова, музея Анны Ахматовой в Фонтанном Доме, Мастерской М.К. Аникушина (филиал Государственного музея городской скульптуры) и других музеев Петербурга. С 2010 года в программе приняли участие 184 студента Факультета искусств СПбГУ. Различные аспекты музейного дизайна стали темами дипломных выпускных проектов студентов-бакалавров, в том числе графическое сопровождение выставок «Детиссимо», «Мейлартиссимо» в Центральном музее связи им. А.С. Попова, фестиваля «Детские дни в Петербурге», фирменный стиль Музея истории Института экспериментальной медицины, разработка носителей графического образа Музея Анны Ахматовой в Фонтанном доме на примере фирменной сувенирной продукции и др. [72]

Высшая школа экономики

Курс «Современный музейный дизайн» разработан совместно с Политехническим музеем, Благотворительным фондом В. Потанина и Школой культурологии НИУ ВШЭ. Программа готовит музейных

дизайнеров — профессионалов, способных создавать комплексные проекты по дизайну музея: по оформлению внутреннего пространства, стратегиям построения экспозиций, формированию опыта посетителя и работе с брендом музея. Дисциплины, освещающие специфику музейного дела, организационные и содержательные аспекты музейной практики будут читать на английском языке приглашаемые Политехом ведущие иностранные эксперты по музейному делу, а весь учебный пласт, связанный с дизайном и навыками, студенты пройдут вместе с ведущими преподавателями Школы дизайна. Новая программа рассчитана как на подготовленных слушателей с дизайнерскими компетенциями, так и на студентов без дизайн-опыта, которые уже работают или собираются выбрать профессию, связанную с культурными пространствами. [73]

Владивосток

Во Владивостоке только начинается музейный бум: на повестке дня уже в течение нескольких лет обсуждение открытия филиалов крупнейших российских музеев – Эрмитажа, Русского Музея и Третьяковской галереи. Помимо этого активную деятельность по модернизации ведут Приморская государственная картинная галерея и Музей имени В.К.Арсеньева, а центр современной культуры «Хлебозавод» и центр современного искусства «Заря» могут подавать пример хорошо спроектированной современной институции. Но в городе не существует государственных программ подготовки музейных специалистов, только косвенные образовательные программы, такие как «Школа экскурсоводов» в Музее имени В.К. Арсеньева и магистерская программа «История искусств» ДВФУ. Однако это не значит, что город справляется с этой задачей исключительно силами привлеченных специалистов.

Например, в марте 2008 года эксперты музейного дела из Москвы и Германии провели серию воркшопов со студентами, где совместно разрабатывали новую концепцию Художественного музея Дальневосточного федерального университета. Проект под девизом «Музей для студентов и о

студентах» получил возможность быть реализованным в рамках программы «Музейный десант» Благотворительного фонда Владимира Потанина. К работе университет пригласил команду ведущих специалистов в области музейного дела и архитектуры, авторов обновленного Музея ГУЛАГ, проект которого получил Гран-при фестиваля Интермузей XX: директор Канского архитектурного фестиваля Дмитрий Барьюдин, проектировщик интерактивных экспозиций Иван Биченко, экспозиционер, художественный критик Егор Ларичев и сотрудник Марбургского университета (Германия) Андрей Трофимов. Егор Ларичев в своем интервью для новостного портала ДВФУ отметил: «Самое главное в университете, конечно, студенты, поэтому мы предлагаем сделать новый Художественный музей ДВФУ для студентов и о студентах. Отталкиваясь от их запросов, мы планируем создать в музее рабочее пространство, где молодежь сможет собираться, обмениваться мыслями и создавать что-то новое». [74]

Также заинтересованы в том, чтобы делиться знаниями о кураторстве и музейном проектировании самоорганизованная художественно-образовательная инициатива «Владивостокская школа современного искусства», которые за три года своего существования организовали ряд воркшопов и циклов лекций, непосредственно о музейном проектировании, кураторстве, работе музеев, приглашая к разговору с владивостокской аудиторией специалистов из России и Германии.

Первым разговором о современности и музеях в программе ВШСИ была лекция московского куратора образовательных программ, руководителя отдела образовательных программ в Музее Москвы Юлии Грачиковой. В ходе лекции Юлия отвечала на такие вопросы: как создавать междисциплинарные образовательные проекты, как программировать лекторий, обсудила с владивостокчанами принципы создания неочевидных программ, рассказав о проекте "Проекция авангарда" и лектории Музея Москвы.

Серьезным мероприятием, в ходе которого поднимались вопросы о современности, истории институционализации музеев был цикл лекций

Марии Кравцовой. В марте 2016 года Владивостокская школа современного искусства пригласила во Владивосток московского искусствоведа, редактора портала об искусстве Artguide.com и российской версии журнала GARAGE Марию Кравцову с серией лекций о художественной критике, истории современного искусства и музейной архитектуры. Лекции были прочитаны в галерее «Арка», музее «Артэтаж» и в кампусе ДВФУ. Запланировав рассказ об арт-критике Мария решила зайти издалека, как она это делает со студентами РГГУ, где также читает лекции, и начала с того, что такое музей и зритель, почему в отношениях между ними возникла позиция критика, какое развитие было у каждого, какими сейчас мы наблюдаем зрителя, критика и музей.

В апреле 2017 года Владивостокская школа современного искусства пригласила во Владивосток искусствоведа, заведующую архивом и руководителя научного отдела Музея современного искусства «Гараж», члена экспертного совета премии Кандинского Сашу Обухову с циклом лекций об архивировании искусства: о том, как работать с художественными архивами и создавать архивные выставки. Лекции прошли в галерее «Арка», библиотеке «Бук» и творческом пространстве «Hostel». Саша поделилась своим опытом о формировании крупнейшего художественного архива о русском современном искусстве, рассказала, какие выставочные проекты она смогла реализовать, обращаясь только лишь к архиву, как работать не с произведением искусства, а с его фиксацией.

Также весной 2017 года был ВШСИ был проведен цикл лекций-телемостов с Константином Бохоровым, который организовывал выставки русского искусства в Российском павильоне на Венецианской биеннале в 1996-1999 годах, на Биеннале в Стамбуле (1997) и Сан-Паулу (1998) и продолжает заниматься независимой кураторской практикой. Константин преподавал студентам ВШСИ и свободным слушателям курса историю кураторства, рассказав о первых значимых кураторах, кураторских стратегиях, о курировании направлений, биеннале и многом другом.

Одним из самых значимых для ВШСИ курсов стал, разработанный

совместно с музеем «Гараж» цикл кураторских онлайн-воркшопов от лекторов из состава кураторов и научных сотрудников «Гаража», которые делились своими практиками, рассказывали о том, как писать тексты об искусстве, заниматься самопродвижением, арт-активизмом, курировать выставки, реализовывать идеи экспозиций. В октябре-декабре 2017 года студенты ВШСИ имели возможность послушать и задать вопросы Ярославу Воловуду, Екатерине Лазаревой, Татьяне Волковой, Ильмире Болотян, Валентину Дьяконову, Саше Обуховой, Андрею Мизиано, Ольге Широкоступ и Екатерине Иноземцевой [75].

Также стоит отметить деятельность Приморского объединенного музея имени В.К.Арсеньева и их проект «Школа экскурсовода». У проекта есть две стороны направления: уличные и музейные экскурсии. Со введением приказа Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.08.2014 № 539, содержащим требования к профессиональному стандарту подготовки экскурсоводов, музей в 2017 году расширил и углубил программу, которую запустил еще в 2014 году [76]. И хотя экскурсовод не участвует в процессе создания экспозиции, именно он является носителем логики экспозиции – проводником по сверхчувствительному маршруту, который подразумевает собой команда создателей экспозиции. Современный экскурсовод должен не просто соответствовать требованиям федерального стандарта, но и понимать потребности зрителя, а Приморский музей В.К.Арсеньева, являясь ярким примером современного открытого и доступного музея, становится отличным наставником в понимании взаимодействия музей-зритель.

Если посмотреть на весь этот комплекс мероприятий, которые в современной России связаны с повышением и улучшением функций экспозиции, посвящены модернизации деятельности музеев и подготовке участников процесса реализации музейно-выставочных проектов, то можно сделать вывод, что в ближайшее время все больше музеев будет переходить к модели музея, как доступной, открытой к коммуникации, образовательно-

рекреационной институции, а экспозиции станут многофункциональными и более информативными.

Заключение

Несмотря на то, музеи всегда находятся в поле научного дискурса, можно отметить, что российские исследователи в своих работах ссылаются на теорию музееведения и редко касаются практической реализации экспозиций и механизмов работы современных музеев, анализируя функции музея, но не приемы, благодаря которым эти функции расширяются и модифицируются. Экспериментальная выставочная работа способствует совершенствованию практики экспонирования, образуя богатейшую базу для научных исследований - полигон для активной разработки новых подходов, принципов и приемов, способствующих процессу развития современного музея.

В ходе нашего исследования мы выявили институциональные признаки современного музея. Музей сегодня – это открытая к коммуникации площадка, где накапливаются и генерируются знания и идеи, которая обладает максимально широким спектром функций за всю историю существования музеев: научно-исследовательская, воспитательная, коммуникативная, рекреационная, преобразовательная, и в зависимости от направления развития институции этот список может быть расширен.

В исследовании мы акцентируем внимание, что интерес современных музеев нацелен на коммуникацию и взаимодействие со своей аудиторией, поэтому нами рассматривается опыт институций, которые берут во внимание такие потребности современного зрителя, как необходимость совмещать потребность к получению новых знаний и потребность регулярно отвлекаться, находясь в непрерывном информационном потоке.

Отталкиваясь от институциональных признаков и особенностей современного зрителя, нам удалось сформулировать практические рекомендации для наилучшего позиционирования современного музея.

В вопросах, касающихся реализации замысла и организации экспозиций нами была проделана работа по выявлению внутренней структуры этого процесса и были обозначены позиции участников. Наибольшее внимание в исследовании уделено позиции куратора и дизайнера, этот выбор был

подкреплен примерами из современной музейной практики. Также были определены инновационные экспозиционные тренды, благодаря которым музейная экспозиция наделяется новыми функциями и приобретает возможности для становления самостоятельным произведением искусства. Автором дан ряд практических рекомендаций и для реализации экспозиций исходя из собственного опыта и анализа трендов.

Необходимо отметить, что в ходе работы над исследованием автор нашел необходимым провести мониторинг мероприятий, материалов и образовательных инициатив, связанных с повышением и улучшением функций экспозиции. Это связано с тем, что рассматриваемые экспозиционные тренды, тенденции и технические возможности их реализации прогрессируют, а приведенный автором комплекс мер, предпринимаемых для улучшения качества экспозиций направлен на аудиторию практикующих работников музейной сферы и заинтересованных в сотрудничестве с музеями организаций. Приведенные в результате мониторинга мероприятия, материалы и образовательные инициативы способны обучать, развивать и повышать квалификацию новых заинтересованных в повышении и улучшении экспозиционных функций профессионалов.

В результате проделанной работы мы можем сделать вывод, что цель исследования, которая состояла в изучении процесса реализации замысла музейных экспозиций в современных музеях была достигнута.

Список литературы

1. Новейший большой толковый словарь русского языка / гл. ред. С. А. Кузнецов. — СПб., М.: Норинт; Рипол классик, 2008. — 1534 с.
2. Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона: Том I. А — Алтай. Семеновская Типолитография, 1890. — 495 с.
3. Зарецкий Ю. П. Ренессансная автобиография и самосознание личности: Эней Сильвий Пикколомини (Пий II). Нижний Новгород: Изд-во ННГУ, 2000. — 154 с.
4. Юренева Т. Ю. Западноевропейские естественно-научные кабинеты XVI—XVII веков // Вопросы истории, естествознания и техники. — 2002. — № 4. С. 765–786.
5. Мягтина, Н. В. История музеев мира : учеб. пособие // Н. В. Мягтина ; Владим. гос. ун-т им. А. Г. и Н. Г. Столетовых. Владимир : Изд-во ВлГУ, 2013. – 48 с.
6. Калугина Т. П. Художественный музей как феномен культуры. СПб., 2008. С. 114.
7. Калугина Т.П. Историко-типологическое исследование экспозиций художественного музея: Дис...канд.ист.наук. М., 1991.
8. Кузьмичев Л.А. Основные термины дизайна. М.,1989. — С.39.
9. ван Менш П. Музейная дефиниция // Вестник СПбГУ. — СПб: 2014. №1. — С. 73-78
10. Никишин Н.А. На пути к музейной экспозиции // На пути к музею XXI века сборник. М: 1997. – 153 с.
11. Шляхтина Л. М. Современный музей: идеи и реалии. Вопросы музеологии. – 2014. – № 2. – С. 14-19.
12. Штайерль Х. Является ли музей фабрикой? // Художественный журнал. / пер. с англ. Олейников Н. – 2010. – № 79-80. – С. 87-94.
13. Schulze Gerhard. Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Taschenbuch, 2000. – 612 p.

14. Веселицкий О.В. Понятие и сущность художественного проектирования музейных экспозиций // Вопросы музеологии. СПб., 2010. – № 1. – С. 121-125.
15. Смирнова Э.В. Трансформация функций музея в современном социокультурном пространстве. – С. 85-89.
16. Никонова А.А. Медиация, интерпретация, творчество: границы трансформации музейного пространства. СПб: Вестник СПбГУ, 2015. – №2. – С. 73-78
17. Долак Я. Посетитель на экспозиции как объект музеологического исследования // Вопросы музеологии. СПб., 2013. – № 1. – С. 85-92.
18. Саркисов В.А. Художественный музей. Эпоха в лицах // Наследие веков. – 2015. – № 5. – С. 89-93.
19. Кодекс музейной этики ИКОМ. М.: ИКОМ России, 2007. – С. 16.
20. Словарь актуальных музейных терминов // Музей. – 2009. – № 5. – С. 47-68.
21. Абанкина Т. Экономика желаний в современной «цивилизации досуга». Цит. по: Павлова Н. Музей “for fun”? // Музей и личность / Отв. ред. А. В. Лебедев. М., 2007. – С. 117.
22. Рудник А. Э., Решетников Ю. В. Экспозиционер и художник (размышления об опыте создания выставки) // Теория и практика музейного дела в России на рубеже XX–XXI веков: тр. Гос. ист. музея. – М., 2001. – Вып. 127. – С. 376–397.
23. Салтанова М. В. Музей как культурный центр // Вестн. С.-Петербур. гос. ун-та культуры и искусств. – СПб., 2013. – № 3 (16). – С. 119–122.
24. Лермонтова Е.Н. Традиции и новации инвариантных составляющих музейной экспозиции: автореф. дис. ... к.культ. СПб, 2018.
25. Кондратьев В. В. Свойства музейного предмета и пути его использования // Музееведение. Проблемы использования и сохранности музейных ценностей: / М.: НИИ культуры, 1985. – Сб. науч. тр. № 136.

26. Филиндаш Л.В. Визуальная риторика как средство коммуникации // Говорящая личность в современном информационном обществе: образ оратора, образ автора, образ публициста: межвузовский сборник научных трудов. Астрахань: Астраханский государственный университет, Издательский дом «Астраханский университет», 2013. – С. 65.

27. Лаппо-Данилевский А.С. Методология истории: в 2 т. / сост. Р. Б. Казаков, О. М. Медушевская, М. Ф. Румянцева. Т. 1. М.: РОССПЭН, 2010. – 408 с.

28. А.Ю. Мудрова Великие шедевры архитектуры. 100 зданий, которые восхитили мир. М.: Центрполиграф, 2014. – 350 с.

29. Галкина Т.В. Музееведение: основы создания экспозиции. // Учебно-методическое пособие для студентов исторических факультетов вузов по специализации «Историческое краеведение и музееведение». Томск: Изд-во Томского государственного педагогического университета, 2004. – 56 с.

30. Князева Е.Н. Интуиция как самодоистраивание / Е.Н. Князева, С.П. Курдюмов // Вопросы философии. – 1994. – № 2. – С.110-122.

31. Краусс Р. Подлинность авангарда и другие модернистские мифы. М.: Художественный журнал, 2003. – 320 с.

32. Пиотровский М. Для музеев нет табу. 50 статей за 10 лет. СПб.: Арка, 2016. – 304 с.

33. Розенблюм Е.А. Время и пространство в музейной экспозиции // Музейная экспозиция. Теория и практика. Искусство экспозиции. Новые сценарии и концепции (На пути к музею XXI века): сб. науч. трудов. М.: РИК, 1997. – С. 110–120.

34. Артемов Е.Г. Музейно-педагогические технологии // Пособие-справочник. Изд. 2-е, доп. СПб., 2006. – С. 17-18.

35. Сапанжа О.С. Современный художественный музей: на службе человечеству или человеку? // В поисках музейного образа: материалы науч. конф., Санкт-Петербург, 12–13 апр. 2007. СПб., 2007. – С. 6-17.

36. Вострикова Т.П., Глазырина Ю.В. «Музей пермских древностей»: опыт реализации музейного проекта // Вестник пермского университета. Пермь, 2010. – Вып. 2. – С. 109-115.
37. Никонова А.А. Медиация, интерпретация, творчество: границы трансформации музейного пространства. СПб: Вестник СПбГУ, 2015. – №2. – С. 73-78.
38. Cuono J. Whose Muse?: Art Museums and the Public Trust, 2004. – 208 с.
39. Ванеева О.В. Комплексное использование интерактивных технологий в рамках музейного пространства // Музей в мире культуры. Мир культуры в музее. СПб.: Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры, 2015. – Т. 212 – С. 189-192.
40. Сотникова С.Н. Музей в меняющемся мире (наука и практика) // Обсерватория культуры. – М.: 2007. – Вып. 2.
41. Салтанова М.В. Музей как культурный центр // Вестник СПбГУ. – СПб., 2013. – № 3 (16). – С. 119–122.
42. Трошина Т.М. Интерактивный музей в современном медиапространстве // Медиакультура новой России: материалы междунар. науч. конф. / под ред. Н. Б. Кирилловой и др. Екатеринбург; М.: 2007. – Т. 2 – С. 306–318.
43. Калугина Т.П. Художественный музей, как феномен культуры. СПб.: Петрополис, 2001. – 224 с.
44. О’Догерти Б. Внутри белого куба: идеология галерейного пространства. М.: Ад Маргинем, 2015. – С. 20.
45. Dernie, D. Exhibition design. London: Laurence King Publishing Ltd, 2006; Toon, R. Black box science in black box science centres. In S. MacLeod (Ed.), Reshaping museum space: architecture, design, exhibitions Hoboken, NJ: Routledge, 2005. – P. 26-38.
46. Кабаков И. О тотальной инсталляции. Берлин: Kerber. 2008. – 288 с.

47. Соболева Е.С., Эпштейн М.З. Эволюция концепции музеев в меняющемся мире. // Вопросы музеологии. – 2014. №1 – С. 8-19.

48. Пайн Б.Д., Гилмор Д.Х. Экономика впечатлений. Работа - это театр, а каждый бизнес – сцена. М: Вильямс, 2005. – 304 с.

49. Харт Р. Участие детей: от симуляции к полноправию // Музей как пространство образования: игра, диалог, культура участия / пер. Н. Копелянской. М., 2013. – С. 21–28.

50. Агапова Д. Культура участия: миллионы диалогов. Музей как пространство образования: игра, диалог, культура участия. М., 2014. — 176 с.

51. Селиванова Л. Н. Информационные технологии как средство для увеличения потока посетителей и адаптации в музейном пространстве // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. СПб., 2012. – С. 129-130.

52. Троянская С.Л. Музейная педагогика и ее образовательные возможности в развитии общекультурной компетенции // Учеб. пособие / С.Л. Троянская. – Ижевск: Научная книга, 2007. – 139 с.

Электронные ресурсы

53. Справочная информация [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.uffizi.org/ru/посещение-музея/история-галереи/> [дата обращения: 07.04.2018];
54. Lee D. Bilbao, 10 Years Later. – 2007 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2007/09/23/travel/23bilbao.html> [дата обращения: 08.04.2018];
55. Справочный ресурс по теме «Музейный бум» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://archspeech.com/11-museum> [дата обращения: 08.04.2018];
56. Справочный ресурс по теме «Ив Кляйн: прыжок в пустоту» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=mWOg3ZbACfk> [дата обращения: 12.04.2018];
57. Шейн С. Заметки об институциональной критике / пер. с англ. Матвеева А. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://artguide.com/posts/992> [дата обращения: 19.04.2018];
58. Бишоп К. Черный ящик, белый куб: пятьдесят оттенков серого? // Художественный журнал. — 2017. — №103. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://moscowartmagazine.com/issue/64/article/1349> [дата обращения: 05.05.2018];
59. Справочная информация [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://aeon.co/essays/can-students-who-are-constantly-on-their-devices-actually-learn> [дата обращения: 05.05.2018];
60. Справочная информация [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.jewish-museum.ru/about-the-museum/> [дата обращения: 23.04.2018];
61. Справочная информация [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.macval.fr/> [дата обращения: 23.04.2018];

62. Справочная информация [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://arzamas.academy/mag/366-curators> [дата обращения: 18.05.2018];

63. Справочная информация [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://garagemca.org/ru/exhibition/congo-art-works-popular-painting> [дата обращения: 18.05.2018];

64. Справочный ресурс по теме «Профессия: куратор» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.lookatme.ru/mag/how-to/jobs/196253-curator> [дата обращения: 20.05.2018];

65. Справочный ресурс по теме «Профессия: куратор» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://bazaar.ru/bazaar-art/garage/kto-takoy-kurator-i-kak-im-stat/> [дата обращения: 20.05.2018];

66. Справочная информация [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://arseniev.org/events/7908/> [дата обращения: 26.05.2018];

67. Справочная информация [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://garagemca.org/ru/support/loyalty> [дата обращения: 30.05.2018];

68. Справочная информация [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://imuseum.ru/> [дата обращения: 18.05.2018];

69. Справочная информация [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://spbmuseumdesign.ru/> [дата обращения: 18.05.2018];

70. Справочная информация [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://museum.fondpotanin.ru/museumsanfrontier> [дата обращения: 18.05.2018];

71. Справочная информация [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://garagemca.org/ru/about/news/2015-04-28-garage-pro-book-series> [дата обращения: 30.05.2018];

72. Справочная информация [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.proarte.ru/education/uchebnyy-kurs-po-muzeynomu-dizaynu/> [дата обращения: 24.05.2018];

73. Справочная информация [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://design.hse.ru/museumdesign> [дата обращения: 26.05.2018];

74. Справочная информация [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.dvfu.ru/museum/news/museum_landing_experts_and_students_develops_the_concept_of_the_art_museum_of_the_university/ [дата обращения: 30.05.2018];

75. Видео-лекции [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.vsca.ru/video> [дата обращения: 30.05.2018];

76. Справочная информация [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://arseniev.org/press/4379/> [дата обращения: 26.05.2018].

Приложение А



Рисунок 1 – Музей Соломона Гуггенхайма в Бильбао, Испания



Рисунок 2 – Музей искусств на о. Тешима, Япония

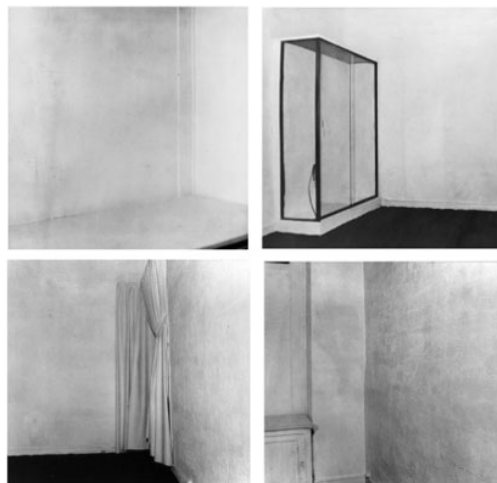


Рисунок 3 – Экспозиция Ива Кляйна 1958 года «Пустота»



Рисунок 4 – Центр Жоржа Помпиду в Париже, Франция



Рисунок 5 – Еврейский Музей и центр толерантности в Москве, Россия

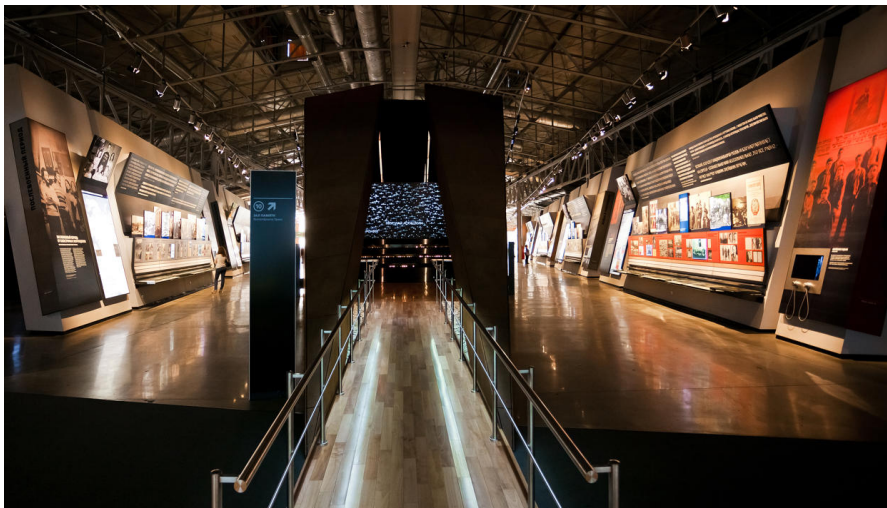


Рисунок 6 – Еврейский Музей и центр толерантности в Москве, Россия

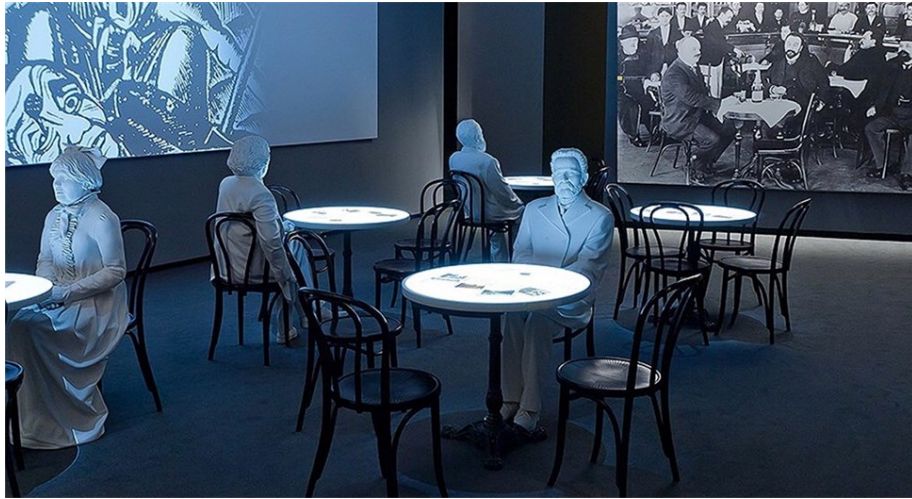


Рисунок 7 – Еврейский Музей и центр толерантности в Москве, Россия



Рисунок 8 – Музей MAC/Val в пригороде Парижа, Франция



Рисунок 9 – Экспозиция «Худпром Конго» в музее «Гараж» в Москве, Россия



Рисунок 10 – Павильон Чукотки внутри экспозиции «Худпром Конго», музей «Гараж»

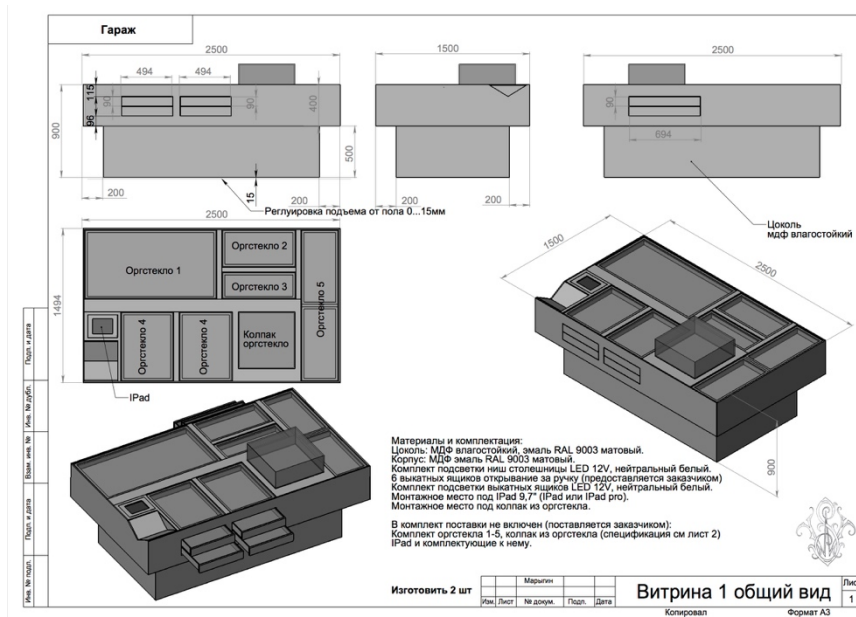


Рисунок 11 – Эскиз витрины для выставки «Холин и Сапгир: на правах рукописи» в музее «Гараж», разработанный архитектурным бюро «Мастерская Бэ» совместно с научным отделом музея



Рисунок 12 – Витрина на выставке «Холин и Саггир: на правах рукописи»



Рисунок 13 – Витрина на выставке «Холин и Саггир: на правах рукописи»



Рисунок 14 – Экспозиция «Открытые морские залы: Тихоокеанское время» в музее Города, Владивосток, Россия

Рисунок 15 – Экспозиция «Открытые морские залы: Тихоокеанское время»

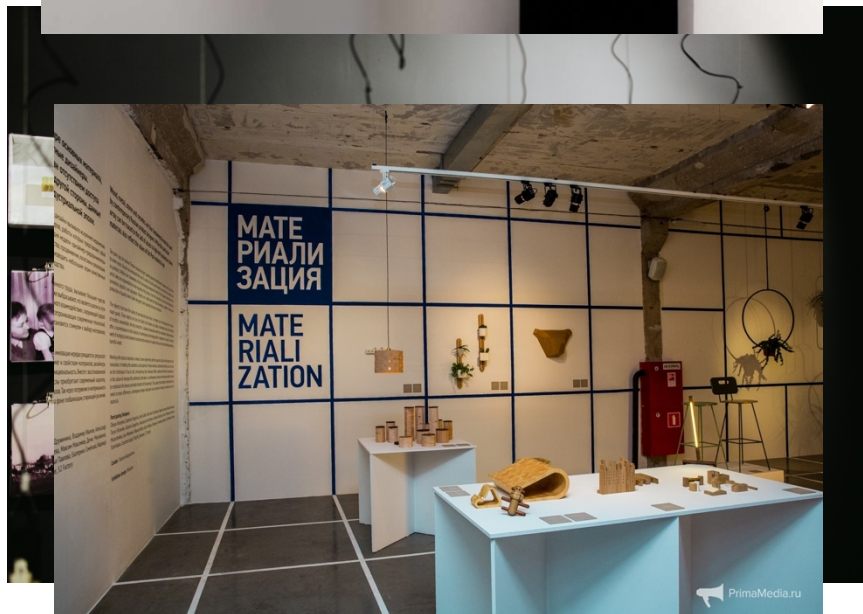


Рисунок 16 – Экспозиция «Открытые морские залы: Тихоокеанское время»

Рисунок 17 – Экспозиция «Материализация» в ЦСИ «Заря», Владивосток, Россия



Рисунок 18 – Выставочный зал МоМА в Нью-Йорке, модель “белый куб”, США

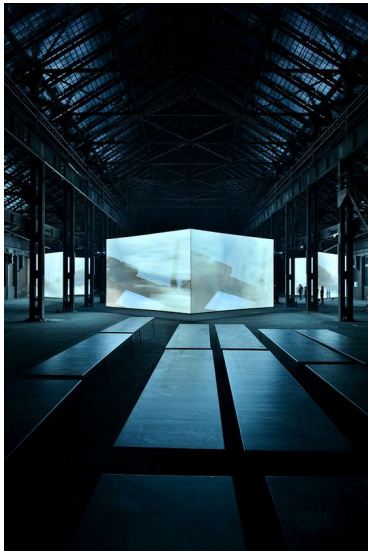


Рисунок 19, 20 – Выставочная модель «черный ящик»

Рисунок 21 – Выставочная модель «черный ящик», инсталляция «Существование сети» на Владивостокской международной биеннале визуальных искусств, Россия



Рисунок 22 – Тотальная инсталляция И. Кабакова «20 способов получить яблоко слушая музыку Моцарта», Приморская государственная картинная галерея, Владивосток



Рисунок 23 – Экспозиция «Ван Гог: живые полотна» в Тюмени, Россия



Рисунок 24 – Парфюмированная вода «105» брендовый сувенирный продукт Пушкинского музея в Москве, Россия



Рисунок 25 – Экспозиция «Джорджо де Кирико. Метафизические прозрения» в Третьяковской Галерее на Крымском Валу, Москва, Россия



Рисунок 26 – Экспозиция «Джорджо де Кирико. Метафизические прозрения» в Третьяковской Галерее на Крымском Валу, Москва, Россия



Рисунок 27 – Экспозиция «LENIN: образ вождя» в Приморском государственном музее имени В.К. Арсеньева, Владивосток, Россия



Рисунок 28 – Экспозиция «LENIN: образ вождя» в Приморском государственном музее имени В.К. Арсеньева, Владивосток, Россия



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«Дальневосточный федеральный университет»

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК ДВФУ
Департамент искусств и дизайна

ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ

на выпускную квалификационную работу студента (ки)

_____ Буравской Ольги Витальевны
(фамилия, имя, отчество)

Направление 50.04.03, группа М 4212

Руководитель ВКР

доктор искусствоведения, профессор Г.В. Алексеева
(ученая степень, ученое звание, и.о.фамилия)

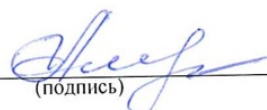
На тему «Реализация замысла экспозиций в современном музее» _____

Дата защиты ВКР «3» июля 2018 г.

1. Актуальность, теоретическая, практическая значимость темы исследования:
Тема выпускной работы достаточно актуальна в связи с необходимостью разработки новых подходов в практической деятельности современного музея.
2. Соответствие содержания работы заданию (полное или неполное): полное
3. Основные достоинства и недостатки выпускной квалификационной работы:
Работа выполнена на высоком научном уровне, в полном объеме решает поставленные руководителем задачи.
4. Оригинальность идей
Автор творчески подошел к анализу современных тенденций в подготовке музейной экспозиции.
5. Степень самостоятельности и способности выпускника к исследовательской работе (умение и навыки искать, обобщать, анализировать материал и делать выводы, последовательно и грамотно излагать материал):
Магистрант на высоком научном и самостоятельном уровне излагает материал.
6. Результаты проверки ВКР в системе «Антиплагиат»: обнаружено 6 процентов заимствований. Степень самостоятельности текста 94 процентов.
7. Оценка деятельности студента в период выполнения выпускной квалификационной работы (степень добросовестности, работоспособности, ответственности, аккуратности и т.п.)
Студентка достаточно добросовестна и работоспособна, ответственна и аккуратна.

8. Достоинства и недостатки оформления текстовой части. Соответствие его оформления требованиям ГОСТ, образовательным и научным стандартам:
Оформление текстовой части отвечает требованиям ГОСТ, научным стандартам.
9. Целесообразность и возможность внедрения результатов выпускной квалификационной работы:
Работа представляет собой качественный научный материал, достойный применения в учебной и дальнейшей научной работе.
10. Общее заключение о присвоении квалификации и предлагаемая оценка выпускной квалификационной работы: работа может быть оценена на ОТЛИЧНО

Руководитель ВКР
доктор искусствоведения, профессор
(уч. степень, уч. звание)



(подпись)

Г.В. Алексеева
(и.о. фамилия)

«15» июня 2018 г.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«Дальневосточный федеральный университет»

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК
Департамент искусств и дизайна

РЕЦЕНЗИЯ

на выпускную квалификационную работу магистранта

Буравской Ольги Витальевны

по направлению 50.04.03 Теория и история искусства
группа 9203

на тему: «Реализация замысла экспозиций в современном музее»

Руководитель ВКР Доктор искусствоведения, профессор Алексеева Г.В.

Дата защиты ВКР «03» июля _____ 2018 г.

1 Актуальность ВКР, ее научное, практическое значение и соответствие заданию

Тема выпускной работы безусловно актуальна, поскольку на сегодняшний день практический опыт специалистов из области музейного дизайна значительно опережает его научное осмысление. В связи с этим стоит проблема обобщения и распространения системы сохранения алгоритмов создания оптимального художественного строя экспозиций и выставок, совершенствования практики экспонирования.

Практическая значимость исследования заключается в том, что результаты исследования могут быть использованы на практике музейными институциями, стремящимися к модернизации своей деятельности в работе над экспозициями, а также при чтении учебных курсов по работе с созданием дизайна экспозиций, выставочных павильонов, созданию кураторских концепций внутри музейных пространств – эти курсы подойдут таким направлениям обучения, как культурология, дизайн интерьеров, искусствоведение, кураторство.

Текст магистерской диссертации в основном соответствует заданию.

2 Достоинства работы: Оригинальность и актуальность идеи и темы. Собран и представлен большой пласт исследований, осмыслен интернациональный практический опыт создания и воплощения самых значительных музейных и выставочных экспозиции за период конца XX – начала XXI веков. Магистрант показала умение работать с литературой.

Содержание и выводы диссертации удачно сопровождаются изображениями, иллюстрирующими упоминаемые в тексте музейные и выставочные архитектурные объекты, оригинальные экспозиционные решения

Тема, заявленная в диссертации, в полной мере раскрыта.

3. Недостатки и замечания (как по содержанию, так и по оформлению)

Недостатком работы является недостаточно точное и чёткое распределение материала по разделам, что затрудняет восприятие и осмысление текста.

4. Целесообразность внедрения, использование в учебном процессе, публикации и т.п.

Материалы магистерской диссертации могут быть использованы при разработке культурологических и искусствоведческих учебных курсов, в практической деятельности музейных институций, в том числе, Дальнего Востока.

5. Общий вывод: Магистерская диссертация Ольги Евгеньевны Буравской на тему «Реализация замысла экспозиций в современном музее» в полной мере соответствует предъявляемым требованиям, является самостоятельным исследованием, предъявляемым к выпускным квалификационным работам по направлению подготовки 50.04.03. «История искусства» профиль подготовки «История и методология искусствознания», оценивается оценкой «отлично». В результате Ольга Евгеньевна Буравская достойна присвоения квалификации (степени) «магистр».

Рецензент Левданская Наталья Андреевна, заместитель директора Приморской государственной картинной галереи по научной работе, доцент департамента искусств и дизайна ШИГН, кандидат искусствоведения.

Левданская Н.А.

Подпись Н.А. Левданской удостоверяю.

Директор ПГКГ

« 22 » июня 2018 г.

