



Музееведение

СКИФ



Кафедра «Сервис, туризм и индустрия
гостеприимства»

Лекционный курс

Автор

Экиниль Г.Е.

Ростов-на-Дону,
2017

Аннотация

Курс лекций предназначен для студентов направления подготовки 43.03.02 "Туризм" очной и заочной форм обучения.



Автор

к.п.н., доцент Экиниль Г.Е.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ЛЕКЦИОННОЕ ЗАНЯТИЕ № 1 «Введение в дисциплину»	5
1.1 ПОНЯТИЕ «МУЗЕЙ»	5
1.2 КЛАССИФИКАЦИЯ МУЗЕЕВ	6
1.3 ГОСУДАРСТВЕННАЯ МУЗЕЙНАЯ СЕТЬ	11
ЛекционнОЕ ЗАНЯТИЕ № 2 «Теоретические основы музееведения»	13
2.1 СТРУКТУРА, ОБЪЕКТ, ПРЕДМЕТ И МЕТОД МУЗЕЕВЕДЕНИЯ	13
2.2 БАЗОВЫЕ ПОНЯТИЯ МУЗЕЕВЕДЕНИЯ.....	16
2.3 МУЗЕЕВЕДЕНИЕ В СИСТЕМЕ НАУК.....	17
2.4 НАПРАВЛЕНИЯ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МУЗЕЯ.....	19
2.5 МУЗЕЕВЕДЧЕСКИЕ НАУЧНЫЕ И УЧЕБНЫЕ ЦЕНТРЫ	20
2.6 СОВРЕМЕННЫЙ ЭТАП РАЗВИТИЯ МУЗЕЕВЕДЕНИЯ	23
ЛЕКЦИОННОЕ ЗАНЯТИЕ № 3 «Музейный предмет»	25
3.1 МУЗЕЙНЫЙ ПРЕДМЕТ И ЕГО СВОЙСТВА	25
3.2 МУЗЕЙНЫЙ ПРЕДМЕТ КАК ОСНОВА МУЗЕЙНОЙ КОММУНИКАЦИИ.....	27
3.3 КЛАССИФИКАЦИЯ МУЗЕЙНЫХ ПРЕДМЕТОВ.....	28
3.4 ВОСПРОИЗВЕДЕНИЯ МУЗЕЙНЫХ ПРЕДМЕТОВ	29
Лекционное занятие №4 ФОНДЫ МУЗЕЯ.....	34
4.1 ПОНЯТИЕ «ФОНДЫ МУЗЕЯ»	34
4.2 НАУЧНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ МУЗЕЙНЫХ ФОНДОВ	36
4.3 НАУЧНО-ФОНДОВАЯ РАБОТА	39
4.4 КОМПЛЕКТОВАНИЕ ФОНДОВ МУЗЕЯ	41
4.5 УЧЕТ МУЗЕЙНЫХ ФОНДОВ.....	43
4.6 ХРАНЕНИЕ МУЗЕЙНЫХ ФОНДОВ	46
Лекционное занятие №5 «МУЗЕЙНАЯ ЭКСПОЗИЦИЯ»	53
5.1 ПРОЕКТИРОВАНИЕ ЭКСПОЗИЦИИ.....	54
5.2 ПРИНЦИПЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ЭКСПОЗИЦИИ	58

Музееведение

5.3 ЭКСПОЗИЦИОННЫЕ ПРИЕМЫ	59
5.4 МЕТОДЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ЭКСПОЗИЦИИ	61
Лекционное занятие №6 «КУЛЬТУРНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МУЗЕЕВ»	64
6.1 ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ КУЛЬТУРНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МУЗЕЕВ	65
6.2 МУЗЕЙНАЯ АУДИТОРИЯ И ЕЕ ИЗУЧЕНИЕ	69
6.3 МУЗЕЙНАЯ ПЕДАГОГИКА	71
6.4 НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ МУЗЕЙНОГО ОБРАЗОВАНИЯ	72
Лекционное занятие №7 «МУЗЕЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»	81
7.1 Музейный менеджмент	81
7.2 фандрейзинг	83
7.3 Понятие Public Relations	85
Лекционное занятие №8 «МУЗЕЙНЫЙ МАРКЕТИНГ»	87
8.1 Музейный маркетинг	87
8.2 Изучение музейной аудитории	88
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	93

ЛЕКЦИОННОЕ ЗАНЯТИЕ № 1

«Введение в дисциплину»

1.1 ПОНЯТИЕ «МУЗЕЙ»

Понятие «музей» появилось в культурном обиходе человечества более двух с половиной тысяч лет назад, но в современную эпоху его содержание кардинально изменилось. Древние греки изначально понимали под мусейоном святилище муз, а со временем с этим словом стало связываться и представление о месте для занятия литературой, наукой и научного общения. В эпоху Средневековья, когда канули в небытие многие традиции и институты античного мира, понятие «мусейон» вышло из употребления вместе с относящимся к нему культурным контекстом. Вторую жизнь подарила ему эпоха Возрождения, но при этом наполнила его новым смыслом. Музеем стали называть сначала коллекции памятников античности и произведений искусства, затем образцов мира природы и всего, что воспринималось в качестве «редкости» и «диковины». Но уже во второй половине XVI в. термин «музей» все чаще начинают употреблять не только по отношению к собранию предметов, но и к помещению, в котором оно хранится и экспонируется.

Появлению нового аспекта в своей трактовке музей обязан эпохе Просвещения с ее акцентами на равенство образовательных возможностей людей, культом разума и пропаганды знаний. Из собрания, доступного лишь немногим желающим, музей вырастает в учреждение, открытое для широкой публики, и его определяющим признаком становится уже не только наличие коллекции, ее хранение и изучение, но и показ. В XIX в. завершается процесс формирования музея как социокультурного института. В начале XX в. его еще нередко определяли как собрание предметов, представляющих интерес для ученых, систематизированное и экспонируемое в соответствии с научными методами. Однако дальнейшая демократизация музея привела к тому, что в его дефиниции стала подчеркиваться ориентированность на все слои населения.

В наши дни существует целый ряд определений музея, что в значительной степени объясняется сложностью и многоликостью самого феномена. XX век подарил человечеству новые типы музеев. Пришло осознание того, что сохранять и экспонировать можно и нужно не только предметы, но и характерное для них окружение, различные фрагменты историко-культурной среды, виды человеческой деятельности. Появились музеи под открытым небом, в основе которых — не традиционная коллекция предметов, а памятники архитектуры и народного быта, представленные в своем естественном природном окружении. Возникли и музеи, экспонирующие главным образом не подлинники, а их воспроизведения.

Еще одна причина многообразия существующих определений музея — развитие теоретического музееведения и различные исследовательские подходы специалистов, а также разнообразие целей и задач, ради которых создается дефиниция. В изданиях справочного характера музеи обычно трактуются как научно-исследовательские и культурно-просветительные учреждения, которые в соответствии со своими социальными функциями осуществляют комплектование, учет, хранение, изучение и популяризацию памятников истории, культуры, а также природных объектов. В Федеральном законе «О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации» (1996) музей определен как «некоммерческое учреждение культуры, созданное собственником для

Музееведение

хранения, изучения и публичного представления музейных предметов и коллекций».

В международной практике обычно используется определение, выработанное Международным советом музеев (ИКОМ) и включенное в его Устав в 1974 г. С учетом поправок, внесенных в последний вариант Устава в 1995 г., эта дефиниция звучит следующим образом: **музей** — это «постоянное некоммерческое учреждение, находящееся на службе общества и его развития и открытое для людей, оно приобретает, сохраняет, изучает, популяризирует и экспонирует в образовательных, просветительных и развлекательных целях материальные свидетельства человека и окружающей его среды».

1.2 КЛАССИФИКАЦИЯ МУЗЕЕВ

Каждый из музеев уникален и неповторим. И вместе с тем в составе их собраний, масштабе деятельности, юридическом положении и других характеристиках есть некоторые сходные черты, которые позволяют распределять все многообразие музейного мира на определенные группы, иными словами, осуществлять классификацию.

Одной из важнейших категорий классификации является **профиль музея**, то есть его специализация. Основопологающим признаком классификации здесь выступает связь музея с конкретной наукой или видом искусства, техникой, производством и его отраслями. Эта связь прослеживается в составе фондов музея, в тематике его научной, экспозиционной и культурно-образовательной деятельности.

Музеи одной специализации, то есть одного профиля, объединяются в профильные группы: естественно-научные, исторические художественные, архитектурные литературные, театральные, музыкальные, музеи науки и техники, промышленные, сельскохозяйственные, педагогические музеи. В зависимости от структуры профильной дисциплины или отрасли знаний эти основные профильные группы делятся на более узкие.

Исторические музеи делятся на:

1. Общеисторические музеи (широкого профиля); например, Государственный Исторический музей в Москве;
2. Археологические музеи; например, археологический музей заповедник «Танаис»;
3. Этнографические музеи; например, Российский этнографический музей в Петербурге;
4. Военно-исторические музеи; например, Центральный музей Великой Отечественной войны 1941-1945гг. в Москве;
5. Музеи политической истории; например, Музей политической истории в Петербурге;
6. Музеи истории религии; например, Музей истории религии в Петербурге;
7. Историко-бытовые музеи, воссоздающие или сохраняющие картину быта различных слоев населения, при этом в отличие от этнографических музеев они документируют не этнические, а социально-психологические особенности быта, которые наиболее ярко проявляются в интерьерах жилищ; например Музей городского быта «Старый Владимир»;
8. Монографические музеи, посвященные конкретному лицу, событию, учреждению, коллективу; например, Музей Г. К. Жукова в с. Жуково Калужской обл., Музей обороны Ленинграда;

Музееведение

9. Прочие исторические музеи; например, Музей истории Москвы, Музей истории политической полиции России XIX-XX вв. в Петербурге.

Художественные музеи делятся на:

1. Музеи изобразительного искусства (национального и зарубежного); например, Русский музей в Петербурге, Музей изобразительных искусств им. А.С.Пушкина в Москве;

2. Музеи декоративно-прикладного искусства; например, Всероссийский музей декоративно-прикладного и народного искусства в Москве;

3. Музеи народного искусства; например, Музей народного искусства Научно-исследовательского института художественной промышленности в Москве, Музей палехского искусства в г. Палех Ивановской области; Музей «Вятские народные художественные промыслы» в г. Киров;

4. Монографические; например, Музей-усадьба И.Е.Репина «Пенаты», Музей фресок Дионисия в с. Ферапонтово Вологодской области;

5. Прочие художественные музеи.

Естественнонаучные музеи делятся на палеонтологические, антропологические, биологические (широкого профиля), ботанические, зоологические, минералогические, геологические и прочие музеи.

Существуют музеи, собрания и деятельность которых связаны с несколькими научными дисциплинами или отраслями знаний. Их называют музеями **комплексного профиля**. Самыми распространенными среди них являются *краеведческие* музеи, сочетающие как минимум историческую и естественнонаучную специализацию, ведь их собрания документируют не только историю, но и природу края. В них нередко создаются художественные и литературные отделы, что еще больше усложняет их профиль.

Комплексным профилем обладают и *музеи-ансамбли*, созданные на основе памятников архитектуры, их интерьеров, окружающей территории и различных сооружений. В зависимости от характера ансамбля они могут быть историко-художественными, историко-архитектурными, историко-культурными музеями. Архитектурно-этнографический профиль имеет, например, Костромской музей народной архитектуры и народного быта, историко-архитектурным и художественным профилем обладает один из крупнейших музеев Московской области – «Новый Иерусалим».

Развитие науки, техники, искусства, культуры приводит к появлению новых профильных групп. Например, изобретение акваланга в 1940-х годах положило начало возникновению подводной археологии. Хотя остатки древних судов и прежде поднимались на поверхность водолазами, только изобретение автономного аппарата для дыхания позволило археологам вести раскопки под водой в соответствии с теми же правилами, что и на суше. Результаты подводных раскопок в сочетании с разработкой новых технологий в области реставрации и консервации мокрого дерева обусловили появление среди исторических музеев новой профильной группы – музеев подводной археологии. В их собраниях – остовы и фрагменты кораблей, грузы и разнообразные предметы, поднятые с морских глубин. Наибольшей известностью среди музеев этой профильной группы пользуются музей «Васа» в Стокгольме, где экспонируется шведский военный корабль XVII века, а также Бодрумский музей подводной археологии (Турция), в собрании которого – предметы, найденные в ходе раскопок пяти кораблей, затонувших между 1600г.до н.э. и 1025г.н.э.

Музееведение

Наряду с профильной классификацией используется и не совпадающие с ней типологическое деление музеев. Существует **типология по признаку общественного назначения музеев**, в соответствии с которой они делятся на научно-исследовательские, научно-просветительные и учебные музеи.

Научно-исследовательские музеи функционируют при научно-исследовательских институтах и академиях наук, в состав которых они обычно входят в качестве структурных подразделений. Их фонды используются в научных целях, а экспозиции ориентированы, прежде всего, на специалистов. Примером этого типа музеев может служить Научный музей Института мозга Российской академии медицинских наук, или, например, Музей взвешенного вещества в составе Института геохимии и аналитической химии Российской академии наук (Москва), где на протяжении многих лет ведутся исследования взвешенного вещества и создаются приборы для проведения научных изысканий в космосе. В музейной экспозиции представлены коллекции метеоритов и лунных образцов, а также приборы – инструменты дистанционного исследования состава атмосферы, грунта и других характеристик больших планет.

К самому распространенному типу относятся **научно-просветительские музеи**. Они также занимаются исследовательской работой, но поскольку ориентированы, прежде всего, на массового посетителя, их фонды широко используются в культурно-образовательных целях. В их деятельности большое внимание уделяется созданию экспозиций, выставок и различных культурно-образовательных мероприятий.

Главное назначение **учебных музеев** — обеспечить наглядность и предметность процессу образования и подготовки кадров. Этот тип музеев существует, в основном, при различных учебных заведениях и специальных ведомствах — Музей лесоводства им. Г.Ф. Морозова Петербургской лесотехнической академии, Музей декоративно-прикладного искусства Петербургского высшего художественно-промышленного училища. Кроме традиционного экскурсионного показа учебные музеи широко используют специфические формы и методы работы с коллекциями: демонстрация отдельных музейных предметов на лекциях, научное описание и обработка материалов полевых исследований во время практических занятий, копирование произведений изобразительного искусства. В отдельных случаях фонды и экспозиции учебных музеев могут быть недоступны для массового посетителя. Таковы, например, некоторые музеи криминалистики системы Министерства внутренних дел.

Типология по признаку общественного назначения музеев носит достаточно условный характер, и жесткой грани между названными типами не существует. Научно-просветительные музеи используются в учебном процессе, а их собрания — в научных целях. Многие научные и учебные музеи посещают не только учащиеся и специалисты, но и широкая публика.

Существует и другая типология музеев, в соответствии с которой выделяют **музеи коллекционного типа и музеи ансамблевого типа**. В ее основе лежит деление по такому признаку, как способ осуществления музеями функции документирования. Музеи коллекционного типа строят свою деятельность на основе традиционного собрания вещественных, письменных, изобразительных материалов, соответствующих их профилю. Таким образом, функцию документирования они осуществляют путем комплектования и сохранения фонда музейных предметов. В основе деятельности музеев ансамблевого типа лежат памятники архитектуры с их интерьерами, прилегающей территорией, природной

Музееведение

средой. Функцию документирования они выполняют путем сохранения или воссоздания ансамбля недвижимых памятников и присущего им окружения. Наиболее распространенные формы этого типа музеев — музей под открытым небом, дворец-музей, дом-музей, музей-квартира, музей-мастерская.

Среди музеев под открытым небом существует особая группа музеев, которые создаются на основе недвижимых памятников, музеефицированных на месте их нахождения с сохранением или восстановлением историко-культурной и природной среды. Ввиду особой ценности они имеют статус **музеев-заповедников**, например, Кирилло-Белозерский историко-архитектурный и художественный музей-заповедник, Бородинский военно-исторический музей-заповедник.

Особую типологическую группу образуют и **«мемориальные музеи»**, создающиеся с целью увековечить память о выдающихся людях и событиях. Мемориальность иногда ошибочно смешивают с профилем музея, хотя она никак не связана с характеристиками профильной классификации.

Понятие «мемориальный музей» за время своего существования претерпело существенную эволюцию. Исходя из этимологии слова, к мемориальным музеям в 1920-х — начале 1960-х гг. относили все музеи, посвященные выдающимся деятелям и историческим событиям, даже те из них, которые создавались в местах, не связанных с этими людьми и событиями, и которые не имели в своих экспозициях мемориальных предметов. Позже усилиями исследователей А.М. Разгона и С.А. Каспаринской в понятие «мемориальный музей» стал вкладываться иной смысл. Необходимым компонентом мемориальности стала считаться подлинность места: мемориальное здание, где сохранена или воссоздана на документальной основе мемориальная обстановка, в которой жил человек или происходило событие. Такое понимание мемориального музея, необходимыми критериями которого являются мемориальное здание или место, коллекция мемориальных предметов и мемориально-бытовая экспозиция, закрепило «Положение о мемориальных музеях системы Министерства культуры» (1967). Что касается профиля мемориального музея, то он определяется содержанием события или характером деятельности человека, которому посвящен.

Типология по признаку осуществления функции документирования тоже носит в известной мере условный характер, поскольку коллекционные музеи могут находиться в архитектурных памятниках, сохраняемых в исторической неприкосновенности (например, Эрмитаж), а музеи-ансамбли не ограничивают свою деятельность только сохранением памятников архитектуры, но и создают профильные коллекции.

Как профильная классификация, так и типология направлены на выявление групп сопоставимых музеев. Это позволяет координировать работу музеев одного профиля или одного типа, выявлять закономерности их развития, способствовать большей эффективности музейной деятельности в целом.

Существуют и другие принципы классификации, не совпадающие ни с профильным делением, ни с типологией. В основе классификации музеев может лежать *административно-территориальный признак*, в соответствии с которым различаются **республиканские, краевые, областные, районные музеи**.

По принадлежности (*юридическому положению*) музеи делятся на государственные, общественные и частные.

Государственные музеи являются собственностью государства и финансируются из государственного бюджета. Большая их часть находится в ведении Министерства культуры РФ. Вместе с тем существует значительная группа

Музееведение

государственных музеев, которые подчиняются не органам управления культурой, а различным министерствам и ведомствам, решая поставленные ими задачи. Это так называемые **ведомственные музеи**; они финансируются из государственного бюджета через Министерство финансов и соответствующие ведомства. Их примером могут служить Зоологический музей Московского университета им. М. В. Ломоносова, находящийся в ведении Министерства общего и профессионального образования, Центральный музей железнодорожного транспорта России Министерства путей сообщения (Петербург), Медицинский музей Российской академии медицинских наук, Военно-медицинский музей Министерства обороны (Петербург). Существенная часть ведомственных музеев находится в ведении Российской академии наук: 51 музей по данным на 1998 г. Среди них есть музеи, пользующиеся мировой известностью — Музей антропологии и этнографии им. Петра Великого «Кунсткамера», Минералогический музей им. А.Е. Ферсмана, Палеонтологический музей им. Ю.А. Орлова, Литературный музей (Пушкинский дом).

К категории **общественных музеев** относятся музеи, созданные по инициативе общественности и действующие на общественных началах, но под научно-методическим руководством государственных музеев. Финансируют общественные музеи те учреждения, при которых они созданы. До 1978 г. в значении «общественный музей» использовался термин «народный музей».

Традиция создания общественных музеев стала складываться в России на рубеже XIX — XX вв.; большой размах музейное строительство получило в 1920-е гг. в связи с подъемом краеведческого движения и работой по созданию «летописей» фабрик и заводов. Однако в 1941 г. лишь около 10 общественных музеев сохраняли свой статус. Современная сеть общественных музеев начала формироваться со второй половины 1950-х гг., и по состоянию на 1 января 1990 г. в ней насчитывалось 4373 музея, действующих на территории 26 республик, краев и областей России.

Общественные музеи создаются при органах культуры, в школах, учреждениях, организациях, на предприятиях; они выполняют те же социальные функции, что и государственные музеи. Независимо от профиля их деятельность имеет чаще всего краеведческую направленность, в фондах преобладают материалы, собранные на территории района и связанные с местной историей. В собрании общественных музеев могут быть и памятники, имеющие большую научную, художественную, мемориальную ценность. Поэтому общественные музеи рассматриваются как резерв развития государственной музейной сети: за последние два десятилетия около 200 общественных музеев получили статус государственных учреждений.

В начале 1990-х гг. изменения в общественно-политической и экономической жизни страны привели к значительному сокращению сети общественных музеев. Закрылись музеи революционной славы, комсомольской и пионерской славы, боевой и трудовой славы, музеи, посвященные деятелям коммунистической партии. Но одновременно стали возникать и такие музеи, создание которых было ранее невозможно по идеологическим причинам — музеи А.А. Ахматовой, М.И. Цветаевой, В.С. Высоцкого. В 1994 г. органы культуры курировали деятельность около 1000 общественных музеев.

В последнее десятилетие ушедшего столетия в России стали складываться условия для возрождения **частных музеев**, то есть музеев, в основе которых лежат собрания, принадлежащие частным лицам, но доступные для изучения и осмотра. В начале 1990-х гг. музеи такого рода были созданы в Москве (Музей

Музееведение

природы), Ярославле (Музей русской старины), Иркутске (Минералогический музей) и других городах.

В 1993 г. в Москве был зарегистрирован первый частный художественный музей — Русский национальный музей искусств. В его фондах представлены произведения русской и западноевропейской живописи, скульптуры, графики, декоративно-прикладного искусства. Для того чтобы приобретать выдающиеся работы, музей занимается активной выставочной деятельностью и регулярно проводит аукционы, на которых выставляет отдельные предметы из своего собрания. За счет продажи вполне достойных, но не вписывающихся в концепцию музея произведений, он имеет возможность постоянно обновлять и совершенствовать коллекции. Средства, полученные на аукционных торгах, позволяют делать ценные приобретения, некоторые из которых достойны крупнейших государственных музейных собраний.

1.3 ГОСУДАРСТВЕННАЯ МУЗЕЙНАЯ СЕТЬ

Совокупность музеев, существующих на определенной территории, называют **музейной сетью**. Это понятие употребляется и для обозначения групп музеев одного профиля, одного типа или одной ведомственной принадлежности: сеть художественных музеев, сеть музеев под открытым небом, сеть музеев Министерства культуры РФ.

Музейная сеть России формировалась на протяжении трех столетий, и начальные этапы этого процесса носили в значительной степени стихийный характер, хотя объективно они отражали экономические, научные и культурные потребности своего времени. На основе музейной сети, сложившейся к 1917 г., а также национализации, конфискации и секуляризации огромных художественных ценностей после Октябрьской революции в России была создана единая государственная музейная сеть, развитие которой направлялось и регулировалось центральными органами власти.

В настоящее время государственную музейную сеть России формируют музеи системы Министерства культуры и ведомственные музеи.

Анализ музейной сети Министерства культуры, включавшей 1602 музея по состоянию на 1994 г., дает следующие ее характеристики.

Около 40 музеев являются музеями федерального значения, то есть обладают особо ценными коллекциями и непосредственно подведомственны министерству, которое финансирует их в полном объеме и назначает директоров. В 1995 г. 17 из этих музеев Указом Президента получили статус особо ценных объектов культурного наследия народов РФ. Этот статус предусматривает специальные меры государственной поддержки, в том числе преимущества в области финансирования. В список вошли пользующиеся мировой известностью музеи — Эрмитаж, Историко-культурный музей-заповедник «Московский Кремль», Музей изобразительных искусств им. А.С. Пушкина, Русский музей, Третьяковская галерея, Исторический музей, Политехнический музей, Музей Востока, Музей древнерусской культуры и искусства им. Андрея Рублева, Музей антропологии и этнографии им. Петра Великого (Кунсткамера), Российский этнографический музей, Музей музыкальной культуры им. М.И. Глинки, Музей-усадьба Л.Н. Толстого «Ясная поляна», Бородинский военно-исторический музей-заповедник, Историко-архитектурный и этнографический музей-заповедник «Кижи», музей-заповедник «Ростовский Кремль», Научно-исследовательский музей архитектуры им А.В. Щусева.

Музееведение

Другие музеи подведомственны региональным и местным властям, но Министерство культуры осуществляет нормативно-методическое руководство, приобретает для них наиболее дорогостоящие экспонаты, осуществляет финансирование в рамках федеральных программ и централизованных мероприятий (например, организация выставок).

Примерно половину музейной сети составляют музеи комплексного профиля (797 музеев, или 49,7%) Следующая по численности профильная группа — исторические музеи (323 музея, или 20%), достаточно значительно и количество литературных музеев (151 музей, или 9,4%). Художественных музеев насчитывается 234 (15%), и этот показатель в сравнении с другими европейскими странами считается довольно скромным. Остальные профильные группы музеев, в том числе естественнонаучные, архитектурные, отраслевые, составляют в среднем по 1% от общего количества музеев

Для того чтобы нагляднее представить характер развития музейной сети России, интересно сопоставить следующие цифры. На промышленно развитые страны, где проживает 15,6 % населения планеты, приходится 55,5 % музеев, т.е. 1 музей на 30 тыс. человек. В странах же с низким уровнем дохода проживает 52,7 % населения и находится 3,1 % музеев, т.е. в среднем 1 музей на 2300 тыс. человек. И этот разрыв постоянно увеличивается. Если в Европе 1 музей приходится на 43 тыс. человек, в Латинской Америке – на 272 тыс. человек, то в Африке – на 1 320 тыс., а в Азии – на 1 420 тыс.

В последнее десятилетие ушедшего столетия, несмотря на трудности экономического характера, государственная музейная сеть России продолжала сохранять тенденцию к росту, хотя темпы роста по сравнению с предшествующим периодом замедлились. В 1990 г в системе Министерства культуры насчитывалось 1257 музеев, в 1992 г — 1379 музеев, в 1994 г. — 1602 музея. Рост музейной сети в конце 1990-х годов происходил в основном за счет превращения филиалов в самостоятельные музеи и перехода в ведение этого министерства музеев из других групп.

В России в 2001 г. официально было зарегистрировано 2113 музеев (из них 2027 музеев Министерства культуры и 86 – других ведомств), которые хранят 74 млн 443 тыс. памятников истории, культуры и природы. Однако эти сведения не отражают реальную численность отечественных музеев вследствие отсутствия единой системы учета музейных учреждений. По неофициальным данным в России сегодня около пяти тысяч музеев (т.е. примерно 1 музей на 300 тыс. человек).

На формирование музейной сети оказывает влияние целый ряд факторов. Главные из них — изменение общественных потребностей, развитие науки и искусства, новые технологии в области реставрации и консервации, новые подходы в теории и практике музейной работы.

ЛекционнОЕ ЗАНЯТИЕ № 2

«Теоретические основы музееведения»

2.1 СТРУКТУРА, ОБЪЕКТ, ПРЕДМЕТ И МЕТОД МУЗЕЕВЕДЕНИЯ

Существует целый ряд определений понятия «музееведение».

Основные споры ученых сосредоточены вокруг проблемы наличия у музееведения принципиально важных признаков научной дисциплины: объекта, предмета, метода, языка и структуры.

На музей как объект могут быть направлены исследовательские усилия разных научных дисциплин: истории, социологии, педагогики и др., предмет же данной науки выявляется благодаря тому специфическому углу зрения, под которым она рассматривает общий для перечисленных научных дисциплин объект.

Еще в 1950-е гг. И. Неуступный выдвинул положение о разделении музееведения на *специальное* и *общее*. *Специальное музееведение* занимается изучением непосредственно *музейных объектов*, и поэтому оно связано в первую очередь с профильными дисциплинами: *историческое музееведение* исследует музейные объекты, документирующие процесс развития человеческого общества, *искусствоведческое музееведение* — произведения искусства и их коллекции в музеях, *естественно-научное музееведение* - природные объекты. Поскольку исследовательские усилия любого специального музееведения направлены на объекты, находящиеся в музее, изучение последних имеет свою «музейную» специфику и отличается от исследования тех же объектов в рамках профильных дисциплин. В то же время можно выделить целый обширный круг общих закономерностей, касающихся музея, музейных предметов, музейного дела как отрасли, которые едины для всех музеев и не зависят от того, какие конкретно объекты реальной действительности этот музей собирает и хранит. Эти закономерности изучает *общее музееведение*.

В отношении общего музееведения наиболее часто исследователи пользуются структурой, разработанной З. Странским и с небольшими изменениями представленной в учебнике «Музееведение» 1988 г., а также в последующих изданиях. Согласно этой схеме, *музееведение включает следующие составные части: историю, теорию, музейное источниковедение и прикладное музееведение*.

Рассмотрим общую теорию музееведения, симулирующую базовые понятия этой научной дисциплины, разрабатывающую ее понятийный аппарат, изучающую ее объект, предмет и метод, исследующую проблемы социокультурных функций и классификацию музеев.

В определении объекта музееведения между исследователями практически не обнаруживается противоречий: это музей и музейное дело как общественные явления во всех их проявлениях. Формулировка же определения предмета музееведения до сих пор вызывает острые споры, На сегодняшний день в зависимости от той или иной теоретической позиции сложился ряд различных подходов к определению сути музееведческих исследований.

Предметный подход, разрабатывавшийся такими музееведами, как И.Ян, З. Брун, Р.Ланг и др., ставит в центре «интриги» музейный предмет. Именно изучение функционирования музейного предмета в музее является, с точки зрения сторонников этого подхода, предметом музееведения как науки. Предметный

Музееведение

подход становится все более уязвим сегодня, когда объектами музеефикации являются «не вещные» объекты действительности, вплоть до образа жизни. Чрезвычайно трудно, с точки зрения «предметного подхода», изучать такие новые формы музейных учреждений, как, например, экомузеи. В то же время нельзя не отметить, что среди практикующих музейных работников этот подход наиболее популярен и одновременно именно он охватывает наиболее разработанную музееведением область, касающуюся отбора из реальной действительности, изучения, хранения, репрезентации и интерпретации музейных предметов. Попадая в музей (и даже ранее — став «предметами музейного значения»), они приобретают какое-то новое качество, объединяющее их и отличающее от других, «не музейных» объектов действительности.

Очевидно, что такое свойство не может быть изначально присуще какой бы то ни было категории предметов. Оно возникает в результате особого отношения к этим предметам людей, которые находят в них ценность, не связанную с их утилитарной полезностью. С такой позицией связано появление *аксиологического*, т. е. ценностного подхода, разработанного в первую очередь в трудах чешских музееведов (З. Странский, А. Грегорова). В рамках этого подхода исследуются в первую очередь свойства предметов окружающего мира, определяющие «музейный» интерес к ним человека. В основе научного подхода З. Странского лежит сформулированное им понятие «музейной потребности» - возникшего на определенном этапе исторического развития особого отношения человека к окружающей действительности, заставляющего отбирать, хранить и изучать предметы, документирующие происходящие в природе и обществе процессы.

Институциональный подход предлагает в качестве предмета музееведения рассматривать музей как социальный институт (И.Бенеш, В. Винтер и др.).

Коммуникационный подход рассматривает музей как специфическую коммуникационную систему. Этот подход складывается в ответ на социальную потребность в обращении музеев к массовой аудитории, сформировавшуюся и 1960-е гг., и в настоящее время в музееведческой литературе он является одним из центральных, оказывая влияние на весь объем музееведческого знания.

Утверждение обращенности музея к человеку, к обществу можно назвать важнейшей заслугой коммуникационного подхода.

Языковой подход к объекту и предмету музееведения восходит к музееведческой мысли 1930-х гг., в последние 10 лет разрабатывается Н.А.Никишиным и др. Исследователь предлагает рассматривать музейные предметы прежде всего как знаки и определяет структуру музееведения в соответствии с этим принципиальным положением. В фундаментальные музееведческие исследования включаются исследования внутренней организации языка: теория фондовой работы (музейная лексикология), теория музейной атрибуции (музейная семантика), теория построения экспозиций (музейная грамматика), теория экспозиционных жанров (музейная стилистика) и др. Язык музея рассматривается автором как «носитель особого вида социокультурной информации, инструмент познания и регулятор поведения», что определяет основные социальные функции музея.

Как представляется, в каждом из перечисленных подходов имеется свое рациональное зерно. Поэтому большинство исследователей сегодня высказываются в пользу *интеграции* различных подходов. Комплексный подход был сформулирован З. Странским и А. М. Разгоном, предлагавшими предметом исследования считать круг специфических закономерностей, связанных с

Музееведение

процессами, в которых участвует музейный предмет, и общественным функционированием музея как институциональной основы музейного дела.

Учитывая все сказанное, сформулируем наиболее общее, интегрирующее различные подходы определение предмета музееведения. **Предмет музееведения** - это специфическая совокупность объективных закономерностей, обнаруживаемых в процессах сохранения, трансляции и генерации социально значимых информации, традиций и эмоционально насыщенных образов посредством музейных объектов, иными словами в процессах возникновения, развития и общественного функционирования музея

Методы музееведения. Ученые, полагающие, что музееведение нельзя считать самостоятельной дисциплиной, в качестве доказательства своей правоты ссылаются в том числе и на отсутствие у музееведения собственного метода. Сторонники же признания музееведения самостоятельной научной дисциплиной полагают, что музееведение как формирующаяся научная дисциплина в настоящее время находится на стадии выработки такового, по необходимости пользуясь пока методами, заимствованными из арсеналов других наук — как гуманитарных, так и естественных. Для специального музееведения характерно преимущественное использование методов профильных и вспомогательных исторических дисциплин. Общее музееведение применяет самый широкий спектр методов. Среди них методы, применяемые в педагогике, психологии, социологии, естественных науках (например, рентгенография, спектрография и др.), методы полевого исследования, непосредственного наблюдения, различные экспериментальные методы (в том числе исторический эксперимент), метод моделирования и др. Однако в целом они составляют специфическую систему методов, не свойственную ни одной другой научной дисциплине.

Язык музееведения. Наука не может существовать, не выработав своего языка. Для молодой развивающейся науки характерна недостаточная разработанность понятийного аппарата. Сегодня в языке музееведения можно выделить специфические музееведческие понятия (музейный предмет, музейная потребность, музеефикация) и термины, заимствованные из других областей человеческого знания, которые, функционируя в исследовательском поле музееведения, приобретают специфический музееведческий смысл (например, понятие «копия» в музееведении и искусствоведении). Недостаточная проработанность и неуточненность многих терминов приводила к определенным затруднениям в их понимании исследователями разных стран, музееведами и музейными работниками, музееведами и представителями смежных наук. Как уже было сказано, с 1976 по 1986 гг. шла напряженная работа над музееведческим словарем, результатом которой стал 20-язычный глоссарий («*Dictionarium museologicum*», Budapest, 1986). В 1984 г. издается словарь музейных терминов, составленный ведущими советскими музееведами этого времени, работавшими под руководством Ю. Пищулина. Значительный шаг в обработке музееведческой терминологии был сделан при подготовке Российской музейной энциклопедии.

И в то же время следует признать, что язык науки постоянно находится в развитии, и сегодня вновь ощущается настоятельная потребность в составлении музееведческого словаря, который бы отражал состояние науки на начало XXI в.

2.2 БАЗОВЫЕ ПОНЯТИЯ МУЗЕЕВЕДЕНИЯ

В соответствии с тем или иным подходом, специалисты по-разному определяют саму суть музея. Определений последнего существует множество. Приведем два из них, которые можно охарактеризовать как, соответственно, «прагматическое» и «философское».

Согласно определению ИКОМ, *музей* - это постоянное некоммерческое учреждение, призванное служить обществу и способствовать его развитию, доступное широкой публике, занимающееся приобретением, исследованием, популяризацией и экспонированием материальных свидетельств о человеке и его среде обитания в целях изучения, образования, а также для удовлетворения духовных потребностей общества.

С философских позиций музей определяется как исторически обусловленный многофункциональный институт социальной памяти, посредством которого реализуется общественная потребность в отборе, сохранении и репрезентации специфической группы культурных и природных объектов, осознаваемых обществом как ценности, подлежащие передаче из поколения в поколение.

Как мы видим, эти определения не противоречат друг другу; различия же между ними обусловлены различными целями, которые соответствуют лежащим в их основании теоретическим позициям.

Важной задачей общей теории музееведения является также определение социальных функций музея. Однако сегодня явственно обнаруживается насущная необходимость определения не только музейных функций, но и более широкого, обладающего философской значимостью понятия «миссия музея». Представляется, что миссия музея в современном мире — это генерирование культуры настоящего и будущего на основе сохранения и актуализации всех элементов наследия.

В последние годы значительная часть музееведческих статей посвящалась проблеме определения *социальных функций музея*, которые определяются общественным его назначением, ориентацией музейной деятельности на удовлетворение общественной потребности, на выполнение «социального заказа». К определению социальных функций музея исследователи также подходят с разных точек зрения: с позиций философии, культурологии, социологии и т.д. Отсюда множественность взглядов на эту проблему. Некоторые исследователи сужают число выделяемых функций до двух, другие расширяют этот круг, перечисляя до 6-7 функций. Сталкиваясь с различными точками зрения в музееведческой литературе, читатель может посчитать эти взгляды крайне противоречивыми. Попытаемся разобраться, так ли это на самом деле.

Зарубежное и российское музееведение традиционно выделяют две основные социальные функции музея - *документирования* и *образовательно-воспитательную*. А. М. Разгон выделил четыре основные функции: *документирования, охранную, исследовательскую* и *образовательно-воспитательную*. Многие исследователи дополняют эти функции рядом других, расширяя таким образом понимание социокультурных функций музея. Так, выделяют *аксиологическую* функцию (ценностную, т.е. нацеленную на формирование в обществе ценностных критериев и установок), *эстетическую, информационную, функцию социализации личности* и др. В связи с определившейся в 1980-е гг. ориентацией музеев на организацию досуга населения, Д. А. Равикович предложила выделить *рекреационную* функцию. ИКОМ включил в перечень социальных функций музея *хранение, экспонирование, воспитание, обучение и наслаждение*.

Музееведение

Однако весь этот многообразный спектр является, по сути, производным от двух основных уже названных функций - документирования и образовательно-воспитательной. Так, документирование предполагает хранение и исследование источников, а формирование ценностных установок и проведение досуга понимается как часть воспитания личности и т.д. Таким образом, многообразие взглядов отражает не противоречивость подходов к определению функций музея, а стремление исследователя к большей детализации в ходе их описания.

Функция документирования реализуется через отражение процессов развития природы и общества посредством сбора и сохранения специфических документов - музейных предметов. Эта функция связана с обязательным сбережением музейных источников, т.е. с *охранной функцией*, и с их изучением, т.е. с *исследовательской функцией*. *Образовательно-воспитательная функция* реализуется через использование информационных и экспрессивных свойств музейных предметов для удовлетворения познавательных, культурных и других потребностей общества.

Однако в связи с утверждением коммуникационного подхода в музееведении наметилась тенденция определить третью из основных функций музея — *коммуникационную*. Под коммуникационной понимают функцию удовлетворения духовных потребностей людей в общении с культурным наследием, с иными эпохами и культурами, а также с другими людьми. Сегодня существует точка зрения, в соответствии с которой музей способен сыграть важную роль в преодолении прогнозируемого коммуникационного кризиса, способствовать восстановлению взаимопонимания между поколениями, культурами, конфессиями, помочь найти собственное место в истории человечества. Производной от коммуникационной можно считать *репрезентативную* функцию музея, представляющего историю и культуру данного человеческого сообщества другим сообществам.

Классификация музеев - один из важных вопросов музееведения. В классификации музеев находит отражение тот факт, что определенные классы (разряды) музеев обладают специфическими особенностями, чертами и свойствами. Их соответствующее упорядочивание помогает музееведам в оптимальной организации научно-исследовательского процесса, музейным работникам — в ориентации в многообразном музейном мире, а управленцам - в регулировании процессов, протекающих в музейном деле. Всеобъемлющей классификации музеев не существует. Целый ряд существующих классификационных подходов определяется целями, для достижения которых предлагается та или иная группировка музеев, учитывающая их существенные признаки.

2.3 МУЗЕЕВЕДЕНИЕ В СИСТЕМЕ НАУК

Определяя место музееведения в системе наук, исследователи сталкиваются с трудностями при попытке отнесения этой научной дисциплины к наукам общественным, естественным или техническим. Поскольку музеи собирают, хранят и изучают объекты, документирующие самый широкий круг явлений, которые относятся к жизни природы и общества, исследователи констатируют связь музееведения со всеми тремя группами научных дисциплин. Однако в первую очередь это касается специального музееведения, тесно связанного с профильными дисциплинами. Специальное музееведение, представленное профильными научными дисциплинами, связано с широким кругом общественных, естественных и технических наук. Эта связь основана на том, что

Музееведение

один и тот же предмет может выступать объектом изучения как музееведения (в качестве музейного предмета), так и соответствующей научной дисциплины. Общее же музееведение, изучающее проблемы генезиса и развития музейной потребности, передачи семантической и эмоционально насыщенной информации посредством музейных предметов и функционирования музея в обществе на разных исторических этапах, исследователи склонны относить к общественным или культурологическим наукам. К примеру, хотя А. М. Разгон, указывая на связи музееведения с другими научными дисциплинами, и подчеркивал междисциплинарный характер этих связей, благодаря существованию которых, по его мнению, происходит объединение присущих этим дисциплинам черт и возникает новое качество, он тем не менее считал общее музееведение общественной наукой.

Помимо истории, музееведение теснейшим образом связано с философией. На основе соприкосновения музееведения с педагогикой, социологией и источниковедением возникают такие пограничные дисциплины, как *музейная педагогика*, *музейная социология* и *музейное источниковедение*. Несомненна близость музееведения к научным дисциплинам, изучающим закономерности документальной деятельности и документ как источник информации. Имеются в виду *документалистика*, *архиво-* и *библиотековедение*, *источниковедение* ряда научных дисциплин. Как и перед этими дисциплинами, перед музееведением стоит задача извлечения нужной информации из музейного предмета. Спецификой и методами процесса получения этой информации занимается *музейное источниковедение*, разрабатывающее теорию, методологию и методику выявления, изучения и использования музейных предметов и музейных коллекций.

В последние годы сложилось мнение, что сегодня на первый план с достаточной определенностью выдвигается культурологический характер музееведения. Уже А.М. Разгон рассматривал историю музея как составную часть развития культуры. А.А. Сундиева разрабатывает проблему генезиса музея в рамках понятия «культурная форма». Анализ развития музея как оптимальной культурной формы для собирания, интерпретации и хранения культурного опыта дал возможность разработать и обосновать научную периодизацию музейного дела в России и объяснить многообразие исторических и существующих форм музейных учреждений. На рубеже нового тысячелетия Н.А. Томилов дал определение музееведения как культурологической дисциплины.

Таким образом, сегодня *музееведение* рассматривается в качестве *гуманитарной науки*, находящейся в тесных взаимоотношениях с науками *общественными*, а также *естественными и техническими*. Музееведение заимствует у них некоторые методы, элементы понятийного аппарата (языка), адаптируя их к решению своих собственных задач.

Одно из последних, наиболее полно отражающих современные представления о сути музееведения определений, которое дано в Российской музейной энциклопедии (2001), звучит следующим образом: «*Музееведение (музеология) научная дисциплина, изучающая специфическое музейное отношение человека к действительности и порожденный им феномен музея, исследующая процессы сохранения и передаче социальной информации посредством музейных предметов, а так же развитие музейного дела и направления музейной деятельности*».

2.4 НАПРАВЛЕНИЯ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МУЗЕЯ

С разделением музееведения на общее и специальное связаны два направления, в рамках которых протекает научно исследовательская работа музеев, являющаяся основой функционирования музея, одним из необходимых условий его существования.

Первое направление исследовательской работы - *изучение музейных объектов* (музейных предметов, их коллекций и собраний, недвижимых памятников, среды, нематериальных объектов наследия) — связано с профильными науками, источниковый материал которых представлен в музее: историей, этнографией, археологией, геологией, биологией, искусствоведением и т. д. Научно-исследовательская работа и музее, как и в других научных учреждениях, определяется направлениями, характерными для современного состояния соответствующих отраслей науки. Музейные исследования по научным дисциплинам, как правило, предполагают возможность дальнейшего использования их результатов в музейной работе.

История развития музеев позволяет проследить постоянную связь данных исследований с профильными отраслями науки. На разных этапах этого развития музейные собрания становились базовой основой для фундаментальных и прикладных исследований, проводимых в целом ряде областей науки; в музеях работали крупные ученые, в их стенах делались важные для науки открытия, создавались фундаментальные труды. Наиболее очевидна связь с наукой музеев научно-исследовательских институтов и вузов, таких как, к примеру, музеи Академии наук, Московского, Казанского, Томского, Новосибирского и других государственных университетов. Такие крупнейшие музеи, как Государственный музей изобразительных искусств им. А. С. Пушкина, Государственный исторический музей. Политехнический музей. Государственный музей-заповедник «Московский Кремль», Государственный Эрмитаж, Государственный Русский музей, Третьяковская галерея и др., всегда были крупными центрами исследований, проводимых в рамках соответствующих отраслей научного знания. Многие музеи являются основными научно-исследовательскими центрами для своей территории. В системе Академии наук был создан ряд литературно-мемориальных музеев, получивших статус центров по соответствующим разделам литературоведения (музеи А. С. Пушкина, Л. Н. Толстого, А. М. Горького). Некоторые мемориальные музеи представляют собой единственные или ведущие учреждения, в которых в полном объеме ведутся исследования жизни и деятельности той или иной выдающейся личности, изучается какое-либо конкретное событие. К их числу можно отнести, к примеру, Музей-заповедник Л.Н.Толстого «Ясная поляна», Мемориальный музей А. Н. Скрябина. Однако и в небольших музеях достаточно возможностей для организации важной и творческой исследовательской работы в разных областях знания. Можно также констатировать, что ныне, как это было и в дореволюционные годы, во многих музеях трудятся ученые, имеющие научные степени и звания.

Второе направление - *музееведческие исследования* — является общим для всех музеев и развивается непосредственно на базе музееведения и смежных с ним дисциплин (социология, педагогика, психология). Исследования, проводимые в рамках этого направления, охватывают области документирования, тезаврирования, коммуникации, истории и историографии. К группе

Музееведение

музееведческих исследований относятся общетеоретические музееведческие исследования, исследования истории развития музейного дела, музеи разных видов и групп, территорий, отдельных музеев; разработка концепций музеев и отдельных направлений музейной деятельности — проблем обеспечения физической сохранности музейных коллекций, форм и методов культурно-образовательной деятельности, научное проектирование экспозиций и выставок, социологическое изучение музейной аудитории.

Одно из самых важных направлений научно-исследовательской деятельности музея — *разработка концепции* музея, которая должна включать все функциональные характеристики, соответствующие отдельным направлениям. Исследовательский аспект комплектования является фундаментом формирования музейного собрания, а научный подход к комплектованию должен обеспечить в будущем развитие всего музейного организма. Разработка критериев отбора материалов в фондовое собрание с целью документирования процесса исторического, природного, культурного развития осуществляется в соответствии с целью и задачами конкретного музея. Исследовательская работа с музейными фондами сосредоточена в первую очередь на изучении музейных предметов и коллекций и раскрытии их научного, исторического, художественного значения.

Особым направлением исследовательской работы с фондами является также разработка научных основ сохранения музейных предметов. Главное направление исследовательской работы в экспозиционной сфере - создание научной документации экспозиции или выставки (научное проектирование). В культурно-образовательной работе присутствует ряд аспектов исследовательской работы, которые создают основу для развития этой динамичной сферы музейной деятельности. Учитывая особенности современного развития музея, когда происходит усиление взаимодействия музея и общества, особенно актуальными становятся проблемы изучения музейного посетителя, которым занимается музейная социология.

И рамках одного музея существует взаимодействие между научно-исследовательской работой первого и второго направлений. С одной стороны, учитывается все то новое, что происходит в профильных науках, источниковый материал которых хранится в музее. С другой стороны, все достижения и открытия в области профильных исследований находят преломление в исследованиях музееведческих, проводимых по всем направлениям музейной деятельности.

2.5 МУЗЕЕВЕДЧЕСКИЕ НАУЧНЫЕ И УЧЕБНЫЕ ЦЕНТРЫ

Со становлением музееведения как учебной и научной дисциплины связано складывание системы музееведческих исследовательских и учебных центров.

В настоящее время в России существует находящаяся в процессе становления система музееведческих учебных центров, которая развивается в двух основных направлениях: базовое музееведческое образование и дополнительная профессиональная подготовка.

Базовое высшее музееведческое образование у нас в стране представлено музееведческими отделениями и кафедрами ряда вузов: Российского государственного гуманитарного университета. Московского государственного университета культуры и искусств, Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусства и др. Активное создание музееведческих кафедр в разных вузах происходило в 1980-1990-е гг., когда проблему становления музейной профессии стали увязывать с утверждением статуса музееведения как научной и учебной дисциплины.

Музееведение

Выпускники этих кафедр получают гуманитарное образование, ориентированное на музееведение. Курс музееведения преподается студентам университетов и институтов культуры во многих городах Российской Федерации (Москва, Санкт-Петербург, Ярославль, Омск, Екатеринбург, Кемерово, Барнаул, Петрозаводск и др.). Значительная часть учебного плана посвящена не только теоретическим, но и практическим занятиям в музеях.

Система дополнительной профессиональной переподготовки и повышения квалификации ориентирована, прежде всего, на специалистов, уже работающих в музеях и имеющих высшее (иногда среднее профессиональное), но не музееведческое образование. Созданная в 1989 г. по инициативе А. М. Разгона в структуре Института (ныне Академии) переподготовки работников искусства, культуры и туризма (АПРИКТ), кафедра музейного дела является главным центром повышения квалификации и переподготовки музейных работников России. При краевых, областных управлениях культуры функционируют курсы повышения квалификации работников культуры, в том числе и музейных специалистов. В проведении занятий, разработке программ участвуют специалисты музеев, вузов, исследовательских организаций региона. Для обеспечения высокого уровня преподавания музееведения приглашают специалистов из музееведческих образовательных центров других регионов, главным образом из Москвы и Санкт-Петербурга. Практикуется организация семинаров и стажировок, мастер-классов, мастерских на базе крупных национальных, а также краевых и областных музеев. В течение многих лет принимает музейных специалистов и музееведов из разных стран международная Музеологическая школа в Брно. Работа созданной при кафедре музейного дела АПРИКТ Международной музеологической студии ориентирована, прежде всего, на музейных работников стран СНГ и Балтии, которые в течение длительного времени находились в едином государстве, в одном культурном пространстве.

Большое значение для реализации научного потенциала музееведения имеет аспирантура. С 1982 г. функционирует докторский диссертационный совет в Российском институте культурологии (ранее НИИ культуры). Музейные диссертации по специальности «Музееведение, консервация и реставрация историко-культурных объектов» защищают в Российском государственном гуманитарном университете, Санкт-Петербургской академии культуры, в других институтах и университетах. Крупные образовательные центры одновременно являются и исследовательскими музееведческими центрами.

Музееведческие центры - это организации и учреждения, осуществляющие научно-исследовательскую деятельность в области музееведения. Их становление и развитие находится в самой тесной и непосредственной связи с развитием музееведения и музеев. В разных странах содержание их деятельности обнаруживает специфику, которая определяется тем, какой смысл вкладывается в понятие «музеология» в данной стране.

Как уже отмечалось выше, в большинстве стран Запада музееведение рассматривается исключительно как прикладная дисциплина. С этим связано численное преобладание в мире музееведческих центров, исследования которых носят прикладной характер и касаются главным образом вопросов методики и техники музейного дела. Представление о музееведении как о науке, имеющей собственные объект, предмет и структуру, развивалось главным образом в СССР и странах Восточной Европы, поэтому общетеоретические и изыскания занимали и продолжают занимать существенное место в деятельности

Музееведение

музееведческих центров стран, относящихся именно к этому региону. Теорией музееведения занимаются также специалисты в ряде крупных западных центров.

Одним из всемирно признанных музейных центров является школа в Великобритании. Первый факультет музейного дела в Великобритании был открыт в 1966 г. в Лейстерском университете, завоевавшем в дальнейшем авторитет одного из крупнейших учебных и исследовательских центров. В программе этого факультета предусмотрены не только теоретические занятия, но обеспечивается также получение практического опыта. На факультете преподается общее музееведение, а также одно из специальных музееведений. На основанной Л. Синглтоном кафедре музееведения разработана многоуровневая подготовка музейных специалистов, а также действует аспирантура. В 1970-1980-е гг. сформировалась получившая в дальнейшем широкую известность своими музееведческими изысканиями Кельнская школа.

Музееведческие центры могут быть самостоятельными либо существовать при каких-то организациях и учреждениях (музеях, институтах и т.д.). Наиболее известные музееведческие центры мира - Институт музееведения в Берлине (ФРГ), Отдел музеологии при парижском Музее естественной истории (Франция), Кабинет музееведения при Словацком национальном музее в Братиславе (Словакия), кафедра музеологии Пражского университета и Центральный кабинет музееведения Национального музея в Праге (Чехия), Центр музейной прикладной науки для археологии при Пенсильванском университете (США).

Музееведческие центры активно создаются и функционируют в целом ряде развивающихся стран: Центр музееведения при Федеральном департаменте древностей в Нигерии, школа музеологии при Дирекции музеев и памятников Кубы, школы и институты музеологии в Бразилии и Аргентине и др. В разработке прикладных проблем специальных музееведении активное участие принимают профильные комитеты ИКОМ и международные ассоциации музеев, созданные по профильному принципу.

В России исследования музееведческой направленности проводились с конца XIX в. на базе Московского археологического общества (МАО) и ряда крупных музеев. С 1918 по 1933 гг. действовал Отдел теоретического музееведения Государственного исторического музея, в центре внимания которого находились теоретические проблемы музееведения.

В 1920-х - начале 1930-х гг. в нашей стране предпринимаются попытки создания музееведческого центра, который мог бы координировать музееведческие исследования и решать вопросы подготовки музейных кадров в масштабах Российской Федерации. Однако первые созданные с этой целью учреждения оказались нежизнеспособными. Всего один год просуществовал созданный в 1919 г. Московский институт историко-художественных изысканий и музееведения. Деятельность учрежденного в 1932 г. в Ленинграде Института музееведения была свернута в 1933 г.

В 1932 г. был создан Центральный научно-исследовательский институт методов краеведческой работы. Вскоре он становится ведущим музееведческим центром страны и с 1937 г. реорганизуется в Центральный научно-исследовательский институт методов краеведческой и музейной работы, а в 1955 г. - в НИИ музееведения (с 1968 г. - НИИ культуры, ныне Российский институт культурологии - РИК). Эту позицию институт занимает и поныне. Его сотрудниками разрабатывается широкий спектр музееведческих проблем как теоретического, так и прикладного характера. Труды сотрудников института, опубликованные ими монографические работы составляют самую представительную в России

Музееведение

совокупность музееведческих исследований. Сегодня фундаментальные исследования по проблемам общего музееведения проводит также Омский филиал РИК.

В 1978 г. была создана Лаборатория музееведения Музея Революции, ставшая крупным центром общетеоретических исследований в области музейного дела. Особой известностью среди музееведов пользуются ее публикации по терминологическим проблемам музееведения, истории музееведческой мысли, теории музейного предмета, методике работы музеев по комплектованию и презентации материалов, относящихся к современности.

Ряд крупных музеев, ведущих научно-исследовательскую деятельность в сфере как специального, так и общего музееведения, может также быть отнесен к музееведческим центрам. Крупным музееведческим центром, осуществляющим методическое руководство в отношении музеев исторического профиля, является Государственный исторический музей. Музейно-педагогическими исследованиями известен Государственный Русский музей, серьезные научные исследования по теории музеефикации историко-культурных и природных объектов осуществляет Государственный историко-культурный музей-заповедник «Томская писаница».

2.6 СОВРЕМЕННЫЙ ЭТАП РАЗВИТИЯ МУЗЕЕВЕДЕНИЯ

Какие проблемы волнуют музееведов сегодня?

В последнее десятилетие XX в. наметилось некоторое снижение внимания к общетеоретическим вопросам. В значительной степени это было связано с переходом целого ряда ведущих музееологов стран СНГ и Восточной Европы от рассмотрения вопросов теории к решению жизненно важных проблем экономического и управленческого характера.

Современный этап развития музееведения связан с отмечавшимся многими исследователями новым характером *взаимоотношений музея и музееведения*. Осмысление происходящего представляется чрезвычайно важным для понимания отдельных этапов развития молодой науки, ее роли в сохранении исторической памяти и открывающихся благодаря ее достижениям перспектив.

Наблюдаемое сегодня соединение музееведческой теории и практики происходит на новом уровне. Музееведческие исследования и музееведческое образование оказываются все в большей степени востребованными музейной практикой. Музееведческие исследования вернулись в музеи, а традиционно разрабатывавшие теоретическое направление учреждения, как, например, Российский институт культурологии, все больше внимания уделяют разработкам практической направленности. Это объясняется, во-первых, тем, что с каждым днем расширяется сфера музейной деятельности, предполагающая применение специальных музееведческих знаний; во-вторых, развивается система музееведческого образования. Третий фактор связан с изменениями происходящими в самих музеях. Приобретенная музеями за последнее десятилетие самостоятельность обусловила их стремление не просто к высокому профессионализму, но и к выработке собственной стратегии развития. Музейные коллективы нуждаются в систематизации профессиональных знаний с целью использования их в качестве базы для самостоятельных исследований и дальнейшего развития. Музеи все активнее включаются в обсуждение музееологических проблем, активно сотрудничают с вузами и научно-исследовательскими центрами.

Какое место занимает музей в обществе? Сохранится ли этот институт социальной памяти в будущем и в каком направлении происходит его

Музееведение

трансформация? На эти и многие другие актуальные вопросы ищут сегодня ответ музеееды и музейные работники.

ЛЕКЦИОННОЕ ЗАНЯТИЕ № 3 «Музейный предмет»

Проблемы музейного предмета – одна из центральных в музееведении. За период 1960-1980-х гг. музееведами разных стран ей было посвящено свыше 600 статей. Такое повышенное внимание связано с тем, что без музейных предметов не может быть и самого музея как института социальной памяти. Стремление понять то особое, не связанное с практической полезностью или материальной ценностью, свойство объектов реальной действительности, которое заставляет одних людей из поколения в поколение самоотверженно собирать и хранить их, а других – нескончаемой вереницей тянуться в музеи, чтобы их увидеть, подвигает исследователей на поиски трудноуловимой сущности музейного предмета.

3.1 МУЗЕЙНЫЙ ПРЕДМЕТ И ЕГО СВОЙСТВА

Термин «музейный предмет» еще в начале 1930-х годов ввел в отечественный научный оборот Н.М. Дружинин.

В природе и обществе существует немало объектов и предметов, которые обладают научной, художественной, исторической или мемориальной ценностью и в силу этого имеют значимость для использования в музее. Их принято называть **предметами музейного значения**. Для того чтобы приобрести статус музейного предмета, они должны пройти ряд последовательных операций, в ходе которых их подготавливают к длительному хранению и многоплановому использованию.

Сначала предмет музейного значения выявляют в так называемой среде бытования, то есть в той части природной или социальной среды, где он находится, используется или хранится, взаимодействуя с другими предметами или с человеком. Изъятый из среды бытования предмет музейного значения поступает в музей, принимается на учет и хранение, проходит полную или первичную научную обработку, и только после этого он приобретает статус **музейного предмета**.

После включения предмета в музейное собрание его связи и отношения со средой бытования разрываются, и он лишается того функционального значения, которое имел прежде, будучи, например, орудием труда или предметом быта. В музее становится главным не функциональное значение предмета, а его общественное значение как памятника истории и культуры. В музейном собрании он превращается в документальное свидетельство, знак, символ конкретного факта, события, явления или процесса. В ходе изучения музейного предмета специалисты реконструируют его отношения со средой бытования, выявляют присущие ему признаки и характеристики; в фондовых коллекциях и экспозиции он приобретает новые связи с другими предметами, подобными ему или отличными от него. Тем самым он включается в определенный исторический контекст.

Например, помещенное в музейное собрание Евангелие утрачивает функциональное значение богослужебной книги, которое оно имело в среде бытования - в храме. В музейном собрании Евангелие приобретает новое, общественное значение и воспринимается теперь как произведение книжного искусства и свидетельство важнейших черт культуры своего времени. Найденные во время археологических раскопок домашняя утварь или орудия труда, давно утратили свое утилитарное назначение, но они представляют несомненную

Музееведение

социальную ценность, поскольку в этих предметах присутствуют определенные черты и характеристики породившей их деятельности.

Наиболее широкое распространение и признание получили три свойства музейного предмета, характеризующие его различные стороны, - информативность, аттрактивность, экспрессивность.

Информативность характеризует содержательную сторону музейного предмета, его способность выступать в качестве источника сведений об исторических событиях, культурных, общественных и природных явлениях и процессах. Совокупность сведений о предмете, зафиксированная в документах научного описания, составляет информационный потенциал предмета. Эти сведения разделяют на две условные группы – внутреннее информационное поле и внешнее информационное поле. Внутреннее информационное поле содержит информацию, отраженную непосредственно предметом или закодированную в нем самом. Это, как правило, те сведения о признаках предмета, которые в музееведении принято называть атрибутивными – название предмета, его назначение, размер, форма, материал, техника изготовления, надписи, подписи, клейма и т.п. Внешнее информационное поле включает сведения об истории предмета, месте его происхождения и бытования, о событиях и лицах, связанных с ним, т.е. информацию «вокруг предмета», косвенно связанную с ним, почерпнутую из других источников. Внутреннее и внешнее информационные поля составляют информационный потенциал, который является необходимым условием функционирования музейного предмета.

Аттрактивность характеризует внешнюю сторону предмета, его способность привлекать внимание своими внешними признаками, в частности формой, размером, цветом.

Экспрессивность связана с ценностным восприятием предмета, с его способностью вызывать у человека ассоциации и ощущение сопричастности к определенным событиям, явлениям и фактам. Подобные чувства могут возникать благодаря сведениям об истории создания предмета или среде бытования, о связи его с известными событиями и людьми. Эти сведения передаются в экспозиции через этикетаж или рассказ экскурсовода. Перо и чернильница А.С.Пушкина, жилет, в котором поэт стрелялся на дуэли с Дантесом, гитара В.С.Высоцкого – все эти экспонаты могут служить примерами экспрессивных свойств музейных предметов.

Некоторые исследователи, например В.В.Кондратьев, Д.А.Равикович, выделяют в качестве самостоятельного свойства музейного предмета его **репрезентативность**, то есть представительность в ряду однотипных предметов, которая тесно связана с таким свойством предмета как информативность. В данном случае речь идет о том, что среди похожих предметов есть такие, которые в сравнении с остальными наиболее полно и ярко отражают то или иное явление действительности. Их информационные возможности превосходят информационный потенциал аналогичных предметов. Зарубежные исследователи, в частности З.Странский, И.Ян, для обозначения особых свойств музейного предмета как носителя информации используют термин «музеальность» (от «музеалия» - музейный предмет).

Таким образом, **музейный предмет** можно охарактеризовать как движимый объект природы или материальный результат человеческой деятельности, который в силу своей значимости для музейного использования изъят из среды бытования и включен в состав музейного собрания. Понятие музейный предмет обычно применяется к подлинникам, но некоторые музеееды – В.Ю.Дукельский и

В.Е.Туманов – считают возможным отнести к данной категории и специально созданные для экспонирования макеты и воспроизведения музейных предметов, которые выступают в функции памятников.

В практической деятельности теория музейного предмета используется главным образом для выработки критериев отбора предметов в музейное собрание и совершенствования принципов их научного описания. Поэтому наибольшее значение понятие «музейный предмет» имеет для исторических и краеведческих музеев; в естественнонаучных музеях его познавательные возможности достаточно ограничены, а в художественных музеях преобладают эстетические и искусствоведческие критерии комплектования собраний.

3.2 МУЗЕЙНЫЙ ПРЕДМЕТ КАК ОСНОВА МУЗЕЙНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Музейный предмет является важнейшим звеном музейной коммуникации.

Коммуникация (лат. *communico* – делаю общим, связываю, общаюсь) – это передача информации от одного сознания к другому. Общение, обмен идеями, мыслями, сведениями – такой смысловой ряд выстраивается в связи с этим понятием. Коммуникация обязательно протекает посредством какого-либо носителя; в его качестве могут выступать материальные объекты, логические конструкции, речь, знаковые системы, ментальные формы и другие проявления. Когда субъекты коммуникации не вступают в прямой контакт, коммуникация осуществляется посредством текста или другого носителя информации. Главная черта коммуникации – это наличие возможности для субъекта понять ту информацию, которую он получает.

В начале XX века появился термин «социальная коммуникация», а после второй мировой войны возникли философские концепции развития общества, рассматривающие социальную коммуникацию как источник и основу общественного развития.

Понятие «музейная коммуникация» ввел в научный оборот в 1968 году канадский музеолог Дункан Ф.Камерон. Рассматривая музей как коммуникационную систему, он считал ее отличительными специфическими чертами визуальный и пространственный характер. Согласно его трактовке, музейная коммуникация – это процесс общения посетителя с музейными экспонатами, представляющими собой «реальные вещи». В основе этого общения лежит, с одной стороны, умение создателей экспозиции выстраивать с помощью экспонатов особые невербальные пространственные «высказывания», а с другой, – способность посетителя понимать «язык вещей».

Такой подход позволил Д.Ф.Камерону сформулировать ряд предложений по организации музейной деятельности и взаимодействию музея и аудитории. Во-первых, наряду с хранителями-экспозиционерами полноправное участие в создании музейной экспозиции должны принимать художники (дизайнеры), которые профессионально владеют языком визуально-пространственной коммуникации. Во-вторых, экскурсоводам (музейным педагогам) следует отказаться от попыток перевести визуальные «высказывания» в вербальную форму, а обучать «языку вещей» тех посетителей, которые этим языком не владеют. В-третьих, в музей должны прийти новые специалисты – музейные психологи и социологи, которые будут обеспечивать «обратную связь» в целях повышения эффективности музейной коммуникации путем коррекции как процессов создания экспозиции, так и процессов ее восприятия.

Музееведение

Работы Д.Ф.Камерона, вызвав в среде музейных профессионалов не только признание, но и критические отклики, тем не менее стали одним из поворотных пунктов в развитии музееведческой теории. До начала 1960-х годов сохранялось определенное отчуждение музеев от общества. Научные исследования предшествующих десятилетий были направлены главным образом на изучение коллекций, вопросы же взаимодействия с аудиторией оставались вне поля зрения музейных специалистов. Между тем стала настоятельно ощущаться потребность в теории, позволяющей объяснить процесс взаимодействия музеев с обществом и направить его в нужное русло. Заполнить этот вакуум в музееведении помогли коммуникационные представления, получившие к тому времени распространение в других областях знания. В 1980-е годы происходит оформление теории музейной коммуникации, которая складывалась наряду и в полемике с такими традиционными направлениями, как, например, теория музейного предмета, теория музейной деятельности. Существенный вклад в ее разработку наряду с трудами Д.Ф.Камерона внесли исследования Ю.Ромедера, В.Глузинского, Д.Портера, Р.Строгана, М.Б.Гнедовского.

Постепенно в музееведении сформировался новый, коммуникационный подход, при котором посетитель рассматривался в качестве полноправного участника процесса коммуникации, собеседника и партнера музея, а не пассивного получателя знаний и впечатлений, как это имело место в рамках традиционного подхода. Обозначились и разные структурные модели музейной коммуникации.

Одна из наиболее распространенных моделей состоит в том, что посетитель общается с сотрудником музея с целью получения знаний, а экспонаты служат предметом или средством этого общения. В рамках другой модели посетитель общается непосредственно с экспонатом, который приобретает при этом самоценное значение. Цель этого общения – не получение знаний, а эстетическое восприятие, которое не должно подавляться информацией искусствоведческого характера. Такая форма коммуникации в большой степени характерна для художественных музеев, которые вместо сообщения искусствоведческих знаний создают для музейной аудитории условия для эстетических переживаний и учат эстетическому восприятию экспоната как особому искусству.

Восприятие экспозиции в значительной степени зависит от индивидуальных особенностей посетителя, поскольку идеи и образы, выраженные предметами, всегда воспринимаются сквозь призму внутреннего мира личности. Поэтому акт музейной коммуникации может быть не только успешным, но и прерванным, в случае если культурные установки обоих субъектов коммуникации различны, и те ценностные значения, которыми наделил вещи один из субъектов, вторым «не прочтываются». Для устранения коммуникационных нарушений и в целях выработки «общего взгляда на вещи», необходим диалог между субъектами коммуникации, который может включать элементы вербального комментирования смысла собрания предметов. Необходимы также социальные и психологические исследования в рамках «музей и посетитель», которые позволяют музеям устанавливать «обратную связь» со своей аудиторией.

3.3 КЛАССИФИКАЦИЯ МУЗЕЙНЫХ ПРЕДМЕТОВ

Музейные предметы принято классифицировать по *типам*, разделяя в зависимости от способа фиксации информации на *письменные, вещевые (вещественные), изобразительные, кино-, фото- и фоноисточники*. Следующей единицей классификации музейных предметов выступает *вид*, который определяется на основании общих существенных признаков (материал, техника,

Музееведение

функциональное назначение и др.). Так, предметы, относящиеся к типу вещественных источников, будут подразделяться:

- по материалу (дерево, металл, стекло, керамика, ткань, кожа и т.д.),
- по функциональному назначению (культовые предметы, оружие, орудия труда, одежда и т. д.).

В рамках одного вида выделяют разновидности: например, вид «керамика» подразделяется на грубую керамику, фаянс, фарфор.

Более мелкими классификационными единицами являются *группы*, например: вид - металл, подвид - цветной металл, группа - медь.

Разные типы музейных предметов в разной степени обладают теми или иными свойствами.

Особое значение приобретает анализ свойств музейных предметов при их включении в экспозицию, когда музейные предметы становятся *экспонатами*. Любой музейный предмет полисемантичен, и от того, какое из его значений планирует выявить экспозиционер, зависит принцип его включения в экспозицию и выбор экспозиционных приемов. Практически большинство экспозиционных приемов направлено на выявление тех или иных свойств музейных предметов. Так, раскрытие заложенной в предмете «скрытой» информации требует дополнительных экспозиционных средств, а низкая аттрактивность важного для экспозиционного комплекса экспоната инициирует поиск экспозиционных приемов, повышающих внешнюю привлекательность: создание вокруг экспоната разреженного пространства, выделение его цветом, светом, формой оборудования, помещение его в комплексе с другими предметами, которые будут выгодно оттенять главный, не конкурируя с ним, и т. д. Высокая степень информативности свойственна письменным источникам; при этом большинство документов обладает низкой аттрактивностью. Прием «взаимного документирования», когда письменный документ становится центром разнотипного комплекса, а помещенные изобразительные и вещевые источники иллюстрируют и как бы «овеществляют» содержание документа, является одним из наиболее применимых при экспонировании таких музейных предметов.

Вещественные источники могут обладать значительной аттрактивностью и информативностью, однако информативность предмета может быть полностью скрыта от глаз непрофессионала. Демонстрация таких предметов без «музейных посредников» - научно-вспомогательных материалов, текстов и т.д., раскрывающих информационный потенциал, значительно обедняет их восприятие. Суть проблемы заключается в том, что все то, что касается внешнего информационного поля предмета, является результатом научного исследования и во внешних признаках предмета не проявляется. Как правило, без дополнительных средств - текстов, научно-вспомогательных материалов - большая часть информационного потенциала вещи остается не выявленной. Отсюда следует вывод о необходимости перевода заключенной в вещевом источнике информации в вербальную форму аннотации.

3.4 ВОСПРОИЗВЕДЕНИЯ МУЗЕЙНЫХ ПРЕДМЕТОВ

Как уже говорилось, определяющим признаком музейного предмета является его подлинность. Однако в музейной практике нередко возникает необходимость *воспроизвести музейный предмет*. Воспроизведения музейных предметов, выполненные с целью демонстрации в экспозиции в случае невозможности или нежелательности экспонирования подлинника, подразделяются на *копии, репродукции, макеты, модели, муляжи, слепки, голограммы*. Как правило, все они

Музееведение

включаются в фонд научно-вспомогательных материалов. В отдельных случаях точное воспроизведение недоступного или утраченного музейного предмета приобретает статус так называемого «вторичного оригинала» и может быть включено в основной фонд музея. Предполагается, что такой предмет должен и способен выполнять функцию первоисточника.

«*Воспроизведение*» - наиболее общее, родовое понятие, используемое в музееведении. Когда необходимо по возможности наиболее точно воспроизвести черты конкретного оригинала, создать его имитацию, выполняется *копия*. Термин «копия» чаще всего применяется по отношению к произведениям искусства и письменным документам. Копия может быть выполнена в материале, отличном от материала подлинника (например, римские копии греческих мраморных статуй часто выполнялись в бронзе), и иметь иные размеры. Современные копии музейных предметов, выполненные, как правило, с целью заменить в экспозиции предмет, который по какой-либо причине не может экспонироваться, следует отличать от копии, выполненных достаточно давно, с тем чтобы повторить, «растиражировать» произведение искусства. Если в первом случае копия входит в фонд научно-вспомогательных материалов, то во втором копия может иметь значение подлинного музейного предмета и памятника культуры. Такие копии широко известны со времен античности. Римские копии греческих статуй, «списки» чтимых икон, копии прославленных произведений искусства, выполненные нередко крупными мастерами, обладают значительной музейной ценностью. В особую категорию выделяют копии, выполненные самим автором произведения; их называют «авторскими повторениями», или «репликами». Термин «*новодел*» употребляется обычно по отношению к воспроизведениям утраченных памятников материальной культуры, чаще всего - к архитектурным памятникам, деталям интерьера, мебели. Нередко новодел даже не является копией, а выполняется по аналогии. В ансамблевых экспозициях музеев новоделы нередко изготавливаются для докомпоновки ансамбля недостающими предметами, важными для целостности впечатления.

Копия, выполненная с применением множительной техники, носит название «*репродукция*». Стремление воспроизводить прославленные произведения искусства и таким образом знакомить с ними достаточно широкий круг людей восходит к XVI в. В это время в Европе была изобретена гравюра резцом, и тиражирование стало возможным. Воспроизведение живописного полотна в технике гравюры само по себе было сложным искусством, и прославленные граверы достигали в нем виртуозности. Не вызывает сомнения, что оттиск эпохи Возрождения является подлинным музейным предметом и должен входить в основной фонд любого Музея. Репродукции XIX в., выполненные в технике ксилографии и литографии, также могут обладать существенной музейной ценностью и, как правило, признаются музейными предметами. Современные репродукции выполняются при помощи совершенной множительной техники и способны с большой точностью воспроизводить оригинал, оставаясь тем не менее научно-вспомогательными материалами, введение которых в экспозицию должно проводиться с большой осторожностью.

Когда необходимо воспроизвести нематериальные объемы, которые принципиально не могут быть перенесены в музей, но демонстрация, которых чрезвычайно важна, изготавливают *макет* или *модель*. *Макет* является *трехмерным изображением подлинника, воспроизводящим, как правило, его внешние формы с допустимой долей условности и в соответствующем масштабе*. Макеты в натуральную величину выполняются сравнительно редко. Чаще всего

Музееведение

объектами макетирования становятся здания, сооружения, ансамбли, архитектурно-планировочные комплексы, территории. Макеты входят в фонд научно-вспомогательных материалов, однако со временем они могут приобретать историческую и мемориальную ценность и переходить в разряд музейных предметов. Так, в Политехническом музее сохраняются макеты (макет моста Кулибина, макет углежжения), изготовленные для знаменитой Политехнической выставки 1872 г., положившей начало созданию самого музея. Эти объекты обладают значительной музейной ценностью и сохраняются как музейные предметы в основном фонде.

В отличие от макета *модель* должна демонстрировать устройство и функции воспроизводимого объекта. Особой категорией являются *действующие модели*, создаваемые для демонстрации процесса или функционирования какого-либо сооружения, системы и нередко представляющие собой достаточно сложные технические устройства. В модели наиболее существенна демонстрация принципа действия объекта, его функциональной структуры; поэтому внешние формы могут воспроизводиться с достаточной долей условности. Когда мы имеем дело с действующей моделью, ее техническое устройство может совпадать с устройством объекта (например, модель водяного колеса, приводимого в действие струей воды), а может отличаться от устройства объекта (к примеру, модель паровоза, приводимая в действие электричеством). Модели являются непременной принадлежностью большинства научно-технических и производственных музеев, специфика деятельности которых предполагает в качестве обязательного условия демонстрацию функционального назначения технических объектов, и составляют значительную часть их фондовых собраний.

Модели появились в России с самых первых лет зарождения музейного дела. Более того, сложился специальный тип музейного учреждения, комплектовавший модели и носивший название «модель-камеры». В основанную в 1709 г. модель-камеру Адмиралтейства Санкт-Петербурга по указу Петра I передавались модели всех строившихся кораблей вместе с их чертежами. Модель-камера Вольного экономического общества хранила коллекцию моделей сельскохозяйственных орудий, использовавшуюся для научных занятий членов общества, а в XIX в. - и для распространения новейших технических достижений среди российских землевладельцев. Естественно, что любая дошедшая до наших дней модель, некогда выполненная для одного из старейших музеев России, ныне представляет собой значительную ценность и являемся полноценным музейным предметом. Однако Сегодня в музеях постоянно изготавливаются новые модели, входящие в научно-вспомогательный фонд. Изготовление модели зачастую представляет собой сложный и дорогостоящий процесс, и нередко подобные изделия через какое-то время переходят в разряд музейных предметов.

Еще одним видом воспроизведений является *муляж*, с достаточной степенью точности воспроизводящий внешний вид предмета. Муляж, как правило, делается в масштабе 1:1, повторяет форму и цвет оригинала. Он может изготавливаться как из того же материала, что и воспроизводимый предмет (например, муляжи книг), так и из другого. Термин «муляж», как правило, применяется к воспроизведениям сравнительно небольших предметов: домашних вещей, письменных документов, а также природных объектов. Муляжи входят в фонд научно-вспомогательных материалов. Однако иногда муляжи, изготовленные для демонстрации объектов, которые не могут храниться в музее, и при этом выполненные с большой точностью и мастерством, также приобретают значение музейных предметов.

Музееведение

Характерным примером является коллекция муляжей грибов в Биологическом музее им. Тимирязева.

Слепки — это копии трехмерных объектов, изготавливаемые контактным путем. Чаще всего слепки делают с произведений пластического искусства или с объектов природы. Как и другие воспроизведения, слепки входят в научно-вспомогательный фонд. Но постепенно, благодаря обретению ими исторической функции и ее усилению, появляется возможность говорить о присущей им музейной ценности, и они переходят в разряд музейных предметов. Например, коллекции слепков с памятников античности и Возрождения, выполненная для музея слепков И.Цветаева и составляющая ныне часть собрания Государственного музея изобразительных искусств им. А. С. Пушкина. Слепки-копии не следует путать со слепками, которые изначально имели высокую мемориальную или иную ценность, обусловленную их генетической функцией (посмертные маски великих людей; оттиски руки Петра I, хранящиеся в ряде музеев).

Голограммы — трехмерные иллюзорные воспроизведения музейных предметов, получаемые при помощи специальной техники и воспроизводимые в натуральную величину под воздействием света. Точность воспроизведения, удобство хранения и простота перемещения такого рода изображений стали в 1970-е гг. причинами увлечения многих музеев голографией. Казалось даже, что повсеместное распространение этой технологии решит многие проблемы, связанные с экспонированием особо ценных объектов. Особенно удобными воспроизведения в технике голографии оказались для организации внемузейных выставок.

Отчего же широкого распространения голографии так и не произошло? Исходя из анализа свойств музейного предмета, можно утверждать, что экспрессивность и аттрактивность голограммы как некоей «технической диковинки» снижали интерес к ней как к воспроизведению историко-культурного объекта. Посетители примерно с одинаковым любопытством рассматривают голограммы с изображениями как скифских золотых оленей, так и современной рюмки. *Необычность технологии воспроизведения оказалась аттрактивнее качеств воспроизведенного предмета.*

Воспроизведение предмета является *подделкой*, если оно было выполнено с целью выдать его за подлинник. Засоренность музейных фондов подделками, многие из которых выполнены на столь высоком уровне, что отличить их от оригиналов крайне сложно даже знатокам, представляет собой признаваемую музееведами и музейными работниками всего мира проблему. Однако в некоторых случаях подделка обретает особую музейную ценность именно благодаря той цели, с которой она была выполнена. Так, древние фальшивые монеты выделяются в нумизматических коллекциях в отдельную группу, и нередко их стоимость бывает выше стоимости подлинных монет того же времени. Особая музейная ценность в данном случае приобретает благодаря особенностям генетической и исторической функций монет.

Проблема замены в экспозиции музейных предметов воспроизведениями на разных этапах развития музейного дела решалась по-разному. В XIX - начале XX вв. коллекции воспроизведений создавались, как правило, в учебных целях. Широкое вторжение копий в музеи начинается с конца 1920-х гг. В 1929 г. Ф. Шмит в качестве важной задачи провозгласил создание музеев копий, считая, что такие учреждения в провинции будут играть более существенную роль в просвещении публики, чем галереи подлинников. За создание художественных «музеев воспроизведений» ратовал в те же годы В. Я. Курбатов. Воспроизведение

Музееведение

шедевров мирового искусства предлагалось производить по продуманному плану и при помощи множительной техники. В конце XX в. в ряде провинциальных городов России появились обширные экспозиции по истории мирового искусства, построенные целиком из репродукций, выполненных на высоком полиграфическом уровне. Несмотря на выполнение определенных просветительных функций, такое тиражирование шедевров культуры таит в себе серьезную опасность девальвации оригинала и дискредитации самой идеи музея как хранилища подлинных артефактов.

Лекционное занятие №4 ФОНДЫ МУЗЕЯ

4.1 ПОНЯТИЕ «ФОНДЫ МУЗЕЯ»

Понятием **«фонды музея»** обозначают всю научно организованную совокупность материалов, принятых музеем на постоянное хранение. При этом они могут находиться не только в фондохранилище и экспозиции, но и быть переданными на экспертизу или реставрацию, а также во временное пользование другому учреждению или музею.

Основу музейных фондов составляют **музейные предметы** — памятники истории и культуры, а также объекты природы, изъятые из среды бытования в связи с их способностью документировать общественные и природные процессы и явления. Кроме них в фонды входят так называемые **научно-вспомогательные материалы**, которые не обладают свойствами музейных предметов, но помогают их изучать и экспонировать. Это различные схемы, таблицы, графики, планы, карты, модели, макеты, реконструкции, созданные в процессе изучения предмета или непосредственно для экспозиционных нужд. Одни из них дают возможность представить внешний облик предмета, когда по тем или иным причинам он не может быть помещен в экспозицию. Другие несут дополнительную информацию о предмете, например, рентгеновские снимки позволяют в ходе изучения предмета выяснить его строение.

Витрины, шкафы, стенды и другие виды музейного оборудования, а также всевозможные аудиовизуальные средства, которые включаются в экспозицию с целью более глубокого раскрытия ее содержания, в состав музейных фондов не входят.

Материалы, составляющие музейные фонды, неравноценны по своей значимости для науки и культуры, а также для деятельности конкретного музея. Музейные предметы, в отличие от научно-вспомогательных материалов, являются памятниками истории и культуры, поэтому подлежат охране в соответствии с действующим законодательством.

Неравнозначна и ценность самих музейных предметов, что выражается понятиями «типичность» и «уникальность». **Типовым музейным предметом** считается предмет, отражающий типичное явление и обладающий свойствами, которые характерны для большого числа предметов, существующих в настоящее время. Примером типовых предметов могут служить стандартные промышленные изделия, типовые документы. Такой предмет, даже если он хранится в музее в единственном экземпляре, считается типовым, потому что в повседневной жизни существуют идентичные ему предметы. Типовые предметы не обязательно являются образцами серийного производства; они могут быть и единичными предметами, которые характеризуют типичные явления и хранятся в музеях в сравнительно большом количестве. Таковы, например, каменные орудия эпохи неолита.

Вместе с тем, если предмет, отражающий типичное явление, сохранился в одном экземпляре или в очень небольшом количестве, то он считается **уникальным музейным предметом**, потому что содержащаяся в нем информация приобретает исключительный характер. Другие уникальные предметы являются таковыми в силу своеобразия и неповторимости. Таковы высокохудожественные произведения изобразительного и декоративно-

Музееведение

прикладного искусства, научные приборы оригинальной конструкции, единичные экземпляры памятников письменности.

Например, в коллекции фотоаппаратов Государственного Политехнического музея, которая насчитывает свыше 2 тыс. предметов, имеются как типовые конструкции, так и уникальные памятники фотографической техники. Советские фотоаппараты «Спорт», «Малютка», фотокамера «Репортер» — это типовые музейные предметы, документирующие историю становления отечественной оптико-механической промышленности. Среди уникальных образцов — камера Шевалье, один из первых фотоаппаратов, изготовленный в 1840-е гг. французским оптиком Шарлем Шевалье.

К уникальным относятся и мемориальные предметы — личные вещи выдающихся государственных и общественных деятелей, представителей науки, культуры, искусства, а также вещи, связанные со знаменательными событиями. Среди них выделяют особую группу — **реликвии**. Это предметы, обладающие высокой степенью эмоционального воздействия и особо почитаемые как память о выдающемся человеке или событии.

Реликвия — понятие аксиологическое, поэтому с изменением идеологической и ценностной ориентации общества предметы могут становиться реликвиями или переставать ими быть, как это произошло, например, с еще недавно почитаемыми знаменами, под которыми сражались революционные отряды в октябре 1917 г.

Итак, уникальными считаются единственные в своем роде предметы, отличающиеся особой научной, исторической и художественной ценностью, а также предметы, отражающие типичные явления, но сохранившиеся в одном экземпляре или в очень ограниченном количестве.

Совокупность музейных предметов, связанных общностью одного или нескольких признаков и представляющих научный, художественный или познавательный интерес как единое целое, называется **музейной коллекцией**. Предметы группируются в коллекции по разным признакам — по типам источников, по происхождению, по содержанию. Коллекция, состоящая из предметов одного типа, сгруппированных по определенному признаку классификации — по материалу, отраслям знаний, практической деятельности, регионам, этническим группам и т. п. — называется **систематической коллекцией**. Это может быть коллекция фарфора, археологическая коллекция, коллекция сельскохозяйственных орудий, коллекция телефонных аппаратов, коллекция старопечатных книг, коллекция африканских масок, коллекция русской живописи и т. п.

Коллекция, сформированная из музейных предметов разных типов (документов, фотографий, произведений искусства, вещей и пр.), которые в своей совокупности раскрывают определенную тему, называется **тематической коллекцией**. Коллекция является **мемориальной**, если образующие ее разнотипные предметы связаны с определенным лицом или историческим событием. Коллекция, созданная частным лицом и поступившая на хранение в музей, именуется **личной коллекцией**.

Совокупность музейных коллекций называют **музейным собранием**. Вместе с тем существует и более широкая трактовка этого понятия, согласно которой под музейным собранием понимается научно организованная совокупность не только музейных предметов, но и научно-вспомогательных материалов, а также хранящихся в музее различных средств научно-информационного обеспечения, в частности архива и библиотеки.

Все вышесказанное свидетельствует о том, что фонды музея должны быть научно организованы. Во-первых, научная организация фондов позволяет фиксировать юридическое положение предмета, а также его значение для науки и культуры в целом и для конкретного музея в частности. Во-вторых, научная организация фондов создает наиболее оптимальные условия для формирования фондов, их хранения, исследования и использования.

4.2 НАУЧНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ МУЗЕЙНЫХ ФОНДОВ

В соответствии со значением предметов для науки и культуры и их юридическим положением музейные фонды делятся на **основной фонд**, состоящий из музейных предметов, и **научно-вспомогательный фонд**, включающий научно-вспомогательные материалы. В естественнонаучных музеях имеется еще и **фонд сырьевых материалов**. В него входят объекты природы, предназначенные для лабораторных исследований и препарирования — шкурки животных, влажные экспедиционные сборы, материалы, подготавливаемые для длительного хранения. Выделение этого фонда обусловлено тем, что в процессе исследований и препарирования часть объектов природы может утратить свойства музейного предмета. Включение объекта в этот фонд носит временный характер.

Согласно концепции Н.П. Финягиной, фонды музея делятся на **фонд музейных предметов** и **фонд научно-вспомогательных материалов**. Музейные предметы, которые составляют основу собрания и на базе которых осуществляется вся деятельность музея, образуют **основной фонд**. Остальные музейные предметы, в которых данный музей не нуждается, включаются в **обменный фонд**. Он предназначен для передачи его содержимого в другие музеи на безвозмездной основе или в порядке обмена на профильные предметы с разрешения Министерства культуры.

Дело в том, что фонды музеев формировались исторически, а взгляды на профиль и задачи многих музеев со временем менялись. Поэтому в музейных фондах встречаются непрофильные материалы, которые данному музею не нужны, но они обладают значимостью, порой огромной, для науки и культуры в целом. Кроме того, в музейных фондах встречаются полностью идентичные предметы — **дублиеты**. Это часто происходит тогда, когда в фонды включается ранее составленная частным лицом или учреждением коллекция, законсервированная как единое целое. Согласно существующим нормативам, при наличии в музейном собрании нескольких дублирующих друг друга музейных предметов пять из них входят в основной фонд, а остальные — в обменный фонд, который, таким образом, делится на **фонд непрофильных предметов** и **фонд излишних дублетных материалов**. Внутри основного фонда формируются **дублетный фонд** и **коллекционный фонд**. Последний включает все музейные предметы, имеющиеся в музее в единственном экземпляре, а также по одному, лучшему, из тех, что имеются в нескольких экземплярах.

Поскольку типовые и уникальные предметы имеют разное значение для науки и культуры, Н.П. Финягина предлагает выделять их в отдельные фонды в составе коллекционного фонда, дублетного фонда, фонда непрофильных предметов и фонда излишних дублетных материалов. В мемориальных музеях предлагается делить коллекционный фонд на фонд мемориальных предметов и фонд предметов, не имеющих мемориального значения.

Определенные особенности имеют фонды ряда естественнонаучных музеев. В силу индивидуальности и неповторимости объекты природы не подлежат выделению в обменный или дублетный фонды. В музеях системы Российской

Музееведение

академии наук и Министерства общего и профессионального образования основной фонд, как правило, делится на **научный фонд** и **экспозиционный фонд**. В основе этого деления лежат различные способы фиксации и формы консервации материала, которые имеют неравноценную значимость для исследования и экспонирования.

Дело в том, что влажные препараты, зафиксированные при помощи спиртовых смесей, быстро обесцвечиваются и теряют экспозиционный вид. Однако анатомические и морфологические особенности организма сохраняются в полной мере, что очень важно для проведения исследований. Препараты, при фиксации которых использовалась смесь с формалином, обесцвечиваются очень незначительно, но структура тканей нарушается. Поэтому, сохраняя экспозиционную привлекательность, они становятся практически непригодными для полноценного научного исследования. Далее, классическими объектами научных исследований являются тушки, однако аттрактивными свойствами они почти не обладают. Напротив, аттрактивность чучел весьма велика, но они не могут являться объектом исследования в строгом смысле слова, поскольку представляют собой уже не подлинники, а реконструкцию, особенности которой в большей степени определяется мастерством таксидермиста, нежели характером самого природного объекта.

Таким образом, необходимость выделения научного фонда в ряде естественнонаучных музеев обусловлена тем, что именно он должен представлять собой документальный и вещественно зафиксированный итог работы музея по исследованию природы региона.

Принадлежность предметов к основному и научно-вспомогательному фондам оформляется различными документами. Музейные предметы всех музеев страны образуют **Музейный фонд Российской Федерации**. Его состав, организацию и порядок использования впервые определило «Положение о Музейном фонде Союза ССР» (1965 г.). С июня 1996 г. особенности правового положения Музейного фонда регламентирует Федеральный закон «О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации».

Наряду с музейными предметами в состав Музейного фонда РФ входят все выявленные предметы музейного значения, находящиеся в собственности частных лиц, общественных и религиозных объединений и организаций. Таким образом, по своему составу Музейный фонд подразделяется на государственную и негосударственную части, но независимо от форм собственности все памятники истории и культуры, включенные в его состав, являются неотъемлемой частью культурного наследия народов Российской Федерации. Они не подлежат вывозу за пределы страны, а их временный вывоз регулируется Законом РФ «О вывозе и ввозе культурных ценностей». Памятники, включенные в состав государственной части Музейного фонда, не подлежат отчуждению, за исключением случаев утраты, разрушения или обмена на другие музейные предметы и коллекции. Музейная коллекция является неделимой.

Включение памятников истории и культуры в состав Музейного фонда и исключение из него осуществляет федеральный орган исполнительной власти, на который возложено государственное регулирование в области культуры. Это производится путем регистрации соответствующего факта в Государственном каталоге Музейного фонда РФ.

Предметы, входящие в состав музейных фондов, различаются своими физическими свойствами, а также способом фиксации информации, что принимается за основу при организации их изучения и хранения. В настоящее

время выделяют шесть **типов музейных предметов**, или источников: вещественные, изобразительные, письменные, фонические источники, а также фото- и кино-источники.

Вещественные (вещевые) источники — музейные предметы, представляющие собой вещи, сделанные людьми и обладающие определенной утилитарностью. Это орудия труда, бытовая утварь, средства передвижения, оружие и другие предметы разнообразного назначения, которые содержат информацию о хозяйственной деятельности, бытовом укладе, социальной организации, эстетических и религиозных представлениях. Содержащаяся в вещественном источнике информация передается непосредственно через материальную сторону предмета — его форму, устройство, материал, размер, вес, цвет.

Изобразительные источники — это музейные предметы, которые содержат информацию, зафиксированную посредством зрительного образа. Одни образы передают зрительное представление, пусть и условное, об общем виде, форме, материале, цвете предметов. Эти образы создают произведения изобразительного искусства — живопись, графика, скульптура. Другие образы имеют отдаленные черты сходства с изображаемым объектом и содержат элемент геометрического подобия. Это схематические изображения — чертежи, планы, карты.

Письменные источники — музейные предметы, содержащие информацию, зафиксированную с помощью знаков письма — букв, цифр и других символов. Письменные источники очень разнообразны. К ним относятся хроники, летописи, документы политических партий, статистические материалы, литературные и публицистические произведения, частная переписка, редкие книги.

Фонические источники — музейные предметы, на которых с помощью специальных технических приспособлений зафиксирована информация в виде звуков человеческой речи, шумов, музыки и др. Они могут передавать голос выдающейся личности, особенности интонации чтеца, исполнительское мастерство музыкантов, силу зрительских аплодисментов. Это восковые валики или цилиндры — первоначальные носители записи, патефонные и граммофонные пластинки, магнитные ленты, компактные диски.

Фото-источники — музейные предметы, содержащие информацию в виде изображения, полученного с помощью фотоаппаратуры. Это могут быть не только фотографии, но и негативы на стекле, пленке и других материалах, фотоотпечатки на бумаге, керамике, металле, диапозитивы на стекле или пленке.

Кино-источники — музейные предметы, содержащие информацию в виде динамического изображения, которое фиксируется и воспроизводится с помощью технических средств.

Предметы, относящиеся к источнику определенного типа, нередко содержат элементы источников другого типа. Портреты и жанровые изображения нередко встречаются на вазах, чашах, блюдах, коврах. Однако это не меняет принадлежности самих предметов к памятникам материальной культуры, то есть к вещественным источникам. Элементы изобразительных источников часто присутствуют в книгах в виде, например, миниатюр.

Следующей единицей классификации фондов является **вид музейных предметов**, который выделяется на основе общности одного или нескольких признаков. Ими могут быть, например, материал, функциональное назначение, техника изготовления предмета или же сочетание отдельных признаков. Например, вещевые источники подразделяются по материалу — дерево, металл,

Музееведение

камень, керамика, стекло, ткани, кость. Понятия, обозначающие материал, носят собирательный характер. Например, в понятие «металл», входит железо, медь, серебро, золото, а в понятие «керамика» — грубая керамика, фарфор, фаянс. Разновидность материала может служить основанием последующего деления вещественных источников.

Далее вещевые коллекции могут делиться по функциональному назначению предметов (орудия труда, оружие, предметы быта), территориальному признаку, времени производства, авторской принадлежности. В зависимости от характера коллекции порядок деления может меняться, а некоторые из рубрик и вовсе выпадают.

Коллекцию изобразительных источников часто делят на коллекцию произведений изобразительного искусства и на коллекцию схематических изображений. Произведения искусства делятся сначала по видам — живопись, скульптура, графика, затем по времени создания, школам, жанрам, авторской принадлежности. Принципами деления схематических изображений могут выступать территориальный признак, время создания, техника изготовления, содержание.

Коллекции письменных источников подразделяются на следующие виды музейных предметов: рукописные и печатные, учрежденческие и личные материалы, периодические и непериодические издания, книги, листовки, газеты, бланки. В музеях исторического профиля они затем часто группируются по тематическому и отраслевому принципам. В последнем случае используется такое основание деления, как отношение к сфере общественной жизни — государственное строительство, внутренняя и внешняя политика, народное хозяйство и т. д.

Фото-источники классифицируются по технике изготовления — негативы, позитивы, дагерротипы, по тематическому принципу — фотопортрет, сюжетные (событийные) фотографии, видовые фотографии. Но следует отметить, что в музееведении нет единого мнения о принадлежности фотодокументов к определенному типу музейных источников. В одних музеях они образуют самостоятельную группу, в других музеях их включают в изобразительный фонд, в третьих — в документальный фонд, объединяя при этом с письменными источниками.

В основе научной организации фондов лежит несколько системообразующих признаков — научная и культурная значимость предметов, их юридическое положение, способ фиксации ими информации. С системой научной организации фондов связаны такие понятия, как ***состав музейных фондов и структура музейных фондов***.

Итак, фонды музея представляют собой совокупность всех материалов, которые в соответствии с установленными правилами поступили на постоянное хранение в музей. Они составляют основу, на которой осуществляется вся музейная деятельность. Для того, чтобы музеи успешно решали стоящие перед ними задачи, содержание их фондов должно соответствовать профилю музея, фонды должны быть научно организованы, а также должны непрерывно и целенаправленно пополняться в соответствии с уровнем развития профильной науки и музееведения.

4.3 НАУЧНО-ФОНДОВАЯ РАБОТА

С фондами работают все научные подразделения музея, и эта работа ориентирована на сохранение, исследование и использование музейных

предметов Их охрана начинается уже на этапе выявления в среде бытования и составляет суть одного из важнейших направлений музейной деятельности — **комплектования фондов**. На стадии отбора предметов начинается и процесс их изучения, цель которого — установить, имеют ли они музейную ценность.

Приобретенные предметы фиксируются в документах музея как государственная собственность. Таким образом, осуществляется их юридическая охрана - **учет фондов**. Он проводится на основе дальнейшего изучения музейных предметов, поскольку только научные данные о них, зафиксированные в учетной документации, позволяют соотнести запись и конкретный предмет.

Создать условия, обеспечивающие физическую сохранность предметов и доступ к ним пользователей, призвано **хранение фондов**. Оно также требует изучения музейных предметов, в ходе которого раскрывается общее и различное в их физико-химических свойствах, что позволяет выделить такие группы предметов, которые нуждаются в особых условиях хранения. Степень использования фондов также зависит от их изученности, поскольку всеобъемлющая поисковая система может быть создана лишь в результате детального и глубокого исследования музейных предметов.

Изучение музейных предметов

Теоретическое обоснование понятия «изучение музейных предметов» стало складываться в отечественном музееведении в 1960-е гг. Составляя основу работы по комплектованию фондов, их учету, хранению и использованию, изучение музейных предметов имеет и самостоятельное значение. Оно представляет собой одно из важнейших направлений научно-исследовательской деятельности музея, ставящее своей целью определить музейную ценность предмета.

Музейные предметы изучаются с помощью методик, применяемых профильными музею дисциплинами: для произведений искусства используются методы искусствоведения, для археологических материалов — археологии, для естественнонаучных объектов — естественных наук. Но музееведы изучают предмет не только как источник знаний, но и как культурную ценность, источник эмоций, поэтому принимают во внимание и аттрактивные свойства предмета. Изучение музейных предметов состоит из трех последовательных этапов — атрибуции предметов, их классификации и систематизации, а затем интерпретации.

Атрибуция, или определение ставит своей задачей выявить присущие предмету признаки — физические свойства, функциональное назначение, историю происхождения и бытования. Для этого устанавливается материал и способ изготовления предмета (ручной, механический,ковка, чеканка, литье, живопись, гравюра, литография, письмо, печать и пр.), цвет, форма, размер, вес (в случае с предметами нумизматики и предметами из драгоценных металлов), устройство, авторство, стилистические особенности, время и место создания и бытования предмета, его социальная, этническая, мемориальная принадлежность. Для изобразительных, письменных, фонических, фото- и киноисточников определяются также тема и сюжет. В ходе атрибуции расшифровываются надписи, клейма, марки и другие, нанесенные на предмет знаки, определяется степень его сохранности и описываются имеющиеся на нем повреждения.

В процессе определения музейного предмета проводится сопоставление всех присущих ему признаков, он сравнивается с другими аналогичными и родственными ему предметами. В этой работе большую помощь оказывает научная и справочная литература — монографии, справочники, каталоги, путеводители. Существуют также издания, специально предназначенные для

Музееведение

помощи в определении предметов — **определители**. Они представляют собой иллюстрированные издания, в которых выделены и описаны признаки, присущие той или иной группе родственных предметов. Одни определители описывают предметы, родственные по материалу, другие описывают признаки предметов, родственных по назначению или среде бытования.

Данные, полученные в результате определения предмета, фиксируются в учетных документах и научно-справочном аппарате музейных фондов.

Следующий этап изучения музейных предметов — **классификация и систематизация** — призван установить взаимосвязи предметов. Классификация заключается в делении на группы по признакам родства и различия всего объема, нужных музею предметов. Она осуществляется по классификационным схемам, разработанным самим музеем, и охватывает не только имеющиеся в музее предметы, но и те, которые должны в нем быть. Тем самым она выявляет существующие пробелы в музейном собрании.

Целью классификации может быть поступательное деление предметов на группы в соответствии со всеми существенными признаками (общая классификация) или по одному из них (частная классификация). В зависимости от выбранного принципа это будет хронологическая (по времени создания или бытования предметов) или географическая (по месту создания или бытования предметов), авторская или именная (объединяет предметы, относящиеся к одному лицу), тематическая (устанавливает отношение к темам профильной дисциплины) или предметная (группирует предметы по назначению или сюжету) классификация.

На основе принятых музеем классификаций осуществляется систематизация, то есть группировка реально существующих в музейном собрании предметов с помощью карточек или современных электронных средств систематизации и хранения научной информации. Создается система каталогов, соответствующих классификационной схеме.

Завершающий этап изучения музейных предметов — критический анализ и **интерпретация** (истолкование) их как источников знаний и эмоций. В его основе лежит синтез результатов атрибуции и систематизации, при этом устанавливаются подлинность, достоверность, репрезентативность предмета, объем содержащейся в нем информации, его аттрактивные, экспрессивные и коммуникативные качества, принадлежность к типовым или уникальным предметам и наконец — музейная ценность.

4.4 КОМПЛЕКТОВАНИЕ ФОНДОВ МУЗЕЯ

Комплектование музейных фондов — целенаправленный, планомерный, опирающийся на методологические принципы профильных дисциплин и музееведения процесс выявления и сбора предметов музейного значения для формирования и пополнения музейного собрания. Отобранные и извлеченные из среды бытования объекты реальной действительности превращаются в музейные предметы, то есть в источники информации, поэтому комплектование фондов можно рассматривать как способ осуществления музеем своей социальной функции документирования процессов и явлений, происходящих в обществе и природе.

Научная концепция комплектования музейных фондов является составной частью научной концепции музея. Она содержит обобщенное системное представление о задачах, направлениях, формах и методах комплектования в соответствии с профилем музея и его местом в музейной сети. В ней

Музееведение

определяются критерии отбора материалов в фонды с учетом целей и задач музея, а также круг и объем информации, фиксируемой в документах комплектования.

Исходя из научной концепции комплектования и учитывая конкретные задачи, которые возникают в процессе источниковедческих исследований, работы с коллекциями, создания экспозиций и выставок, составляются **планы комплектования фондов**. Они могут быть **перспективными**, рассчитанными на 5—10 лет, и **текущими**, то есть годовыми. Они складываются из плановых заявок работников фондовых и экспозиционных отделов. Эти заявки предварительно согласовываются между собой, чтобы сконцентрировать усилия на решении наиболее важных, не терпящих отлагательства задач комплектования. В зависимости от методов различают три основных вида или способа комплектования — систематическое, тематическое, комплексное.

Систематическое комплектование регулярно пополняет музейные коллекции однотипными музейными предметами, иными словами, оно направлено на формирование и пополнение систематических коллекций.

Тематическое комплектование заключается в выявлении и сборе разнотипных предметов музейного значения, отражающих конкретную тему. Оно позволяет документировать процессы и явления по исследуемым музеем темам, а так же формировать и пополнять тематические коллекции.

Задачи систематического и тематического комплектования объединяет **комплексное комплектование**, которое распространено главным образом в небольших музеях. В поисках путей наиболее оптимального решения проблем комплектования фондов музейные специалисты устанавливают временные и постоянные контакты с лицами и организациями, которые могут быть или являются обладателями предметов музейного значения.

Формы комплектования музейных фондов весьма разнообразны. Это могут быть **закупки** коллекций или отдельных предметов за счет специальных ассигнований, предусмотренных сметой музея; безвозмездная передача (**дар**) в собственность музея коллекций или предметов организациями или частными лицами; **обмен** дублетных и непрофильных материалов на предметы, соответствующие профилю и характеру музейного собрания; **целевые заказы** на выполнение оригинальных работ. В соответствии с планом комплектования музейного собрания для сбора предметов музейного значения совершаются специальные поездки, так называемые **командировка по комплектованию**. В целях изучения определенной темы и проведения собирательской работы музеи организуют также **экспедиции** — археологические, этнографические, историко-бытовые, естественнонаучные. Они часто проводятся совместно с другими музеями или научными учреждениями.

Профессионализм и интуиция музейных специалистов являются важным залогом их успешной работы по комплектованию фондов. Во избежание ошибок при решении вопроса о том, обладает ли предмет музейным значением и нуждается ли в нем музейное собрание, проводится коллективная экспертиза. Ее осуществляет специальный орган — **фондово-закупочная комиссия**, в состав которой входят специалисты разных профилей, работники экспозиционных и фондовых отделов. Она не только принимает решение о приобретении предмета музейного значения, но и относит его к основному или научно-вспомогательному фонду, а также занимается вопросами методики фондовой работы. Ее решения оформляются протоколом, который подписывается главным хранителем, утверждается директором музея и служит юридическим основанием для внесения

Музееведение

предмета в состав музейного собрания и превращения его в музейный предмет. В некоторых музеях существуют две отдельные комиссии — фондовая и закупочная.

Прежде чем оказаться в фондах, предметы музейного значения проходят долгий и сложный путь, основные вехи которого фиксируются в специальной документации. Если предметы поступают от организаций и частных лиц, они предварительно принимаются на **временное хранение**, что фиксируется специальным **актом приема**, который подписывают владелец предмета и сотрудник музея. Одновременно записывается **легенда предмета**, которая содержит сведения о происхождении предмета, среде его бытования, способах применения, а также о самом владельце. Затем предметы подвергаются экспертизе специалистов, дающих письменное **заключение**.

На основании заявления владельца о передаче предметов или коллекций в дар, на закупку, обмен, а также акта приема, легенды, заключений специалистов и своих собственных наблюдений фондово-закупочная комиссия принимает решение о приеме или возврате предметов, а также об их стоимости. При приеме предметов или коллекций в дар (пожертвование) заключается **договор дарения**, при приеме предметов на закупку заключается **договор купли-продажи**, при приеме предметов в обмен заключается **договор мены**. **Составляется акт о приеме предметов на постоянное хранение**, который утверждается директором музея и скрепляется печатью. Если на хранение принимается коллекция, то к акту прилагается **коллекционная опись**, по предметно раскрывающая ее содержание.

Итак, процесс комплектования фондов можно разделить на следующие взаимосвязанные этапы. Сначала разрабатывается научная концепция комплектования фондов музея, в которой содержится оценка структуры и содержания уже имеющегося музейного фонда, обоснование направленности и характера комплектования или пополнения коллекций, определение критериев отбора материалов в фонды с учетом целей и задач, стоящих перед музеем.

Далее составляется план комплектования с обозначением конкретных тем, каждая из которых имеет свои объекты, способы и формы комплектования, проводится экспертный опрос специалистов. Следующим этапом является подготовка к собирательской работе, в ходе которой изучаются необходимая по теме литература, архивные фонды, анализируются коллекции других музеев, проводятся консультации со специалистами в области профильных дисциплин, составляются планы сбора по конкретной теме. Затем начинается собственно собирательская работа — изучается среда бытования, ведется выявление и сбор предметов музейного значения на постоянных объектах комплектования или в ходе командировок и экспедиций, составляется необходимая полевая документация. Наконец, предметы музейного значения вместе с сопутствующей документацией и отчетами предъявляются фондово-закупочной комиссии, решением которой они включаются в фонды музея, то есть принимаются на постоянное хранение.

4.5 УЧЕТ МУЗЕЙНЫХ ФОНДОВ

Учет музейных фондов является одним из основных направлений фондовой работы. Его цель состоит в юридической охране музейных фондов и прав музея на данные, полученные в результате изучения музейных предметов и коллекций. Учет фондов представляет собой непрерывный процесс, поскольку фонды музея постоянно пополняются, ведется контроль за движением предметов

Музееведение

и за их состоянием. Порядок учета, хранения и научной обработки музейных предметов регулируется нормативными документами Министерства культуры.

В процессе учета музейных фондов составляется по установленным формам **учетная документация**. В ней содержатся данные об отдельных предметах и группах предметов, о порядке их поступления в музей и в различные фондовые подразделения. Большинство из документов имеют юридическую силу, подлежат регистрации и вечному хранению. Это акты приема, акты выдачи, книги поступлений, книги научной инвентаризации.

Государственный учет музейных фондов предусматривает два этапа, которые отражают степень изученности музейных предметов: **первичная регистрация** поступивших в музей предметов и **инвентаризация**, то есть научная регистрация музейных предметов.

Юридическое оформление принадлежности предметов музею и прав музея на эти предметы начинается с **акта приема предметов на постоянное хранение**. Этот документ составляется не менее чем в трех экземплярах, подписывается главным хранителем (заведующим фондами), лицом, хранившим предметы до решения фондово-закупочной комиссии, и лицом, принявшим их на материальное хранение. Акт утверждается директором музея и скрепляется печатью музея. Прием предметов из драгоценных металлов и драгоценных камней, орденов и медалей, а также оружия определяется особыми нормативными документами.

Прежде чем поступить в соответствующее фондовое подразделение, предметы проходят первичную регистрацию, которая окончательно закрепляет их принадлежность данному музею. Они вносятся в **книгу поступлений музейных предметов** (основного фонда) или в **книгу учета научно-вспомогательных материалов** по форме, определенной инструкции. В естественнонаучных музеях сырьевые материалы регистрируются в **книге учета сырьевых научных материалов**.

Предметы, поступившие в музей на временное хранение, вносятся в **книгу поступлений во временное пользование**. Возвращаются они по акту, который составляется по распоряжению директора и подписывается главным хранителем, заведующим фондовым подразделением, хранившим предмет, и лицом, временно принявшим его на материально ответственное хранение.

Регистрация в книге поступлений музейных предметов производится с учетом всех сведений, зафиксированных в актах приема. Описание предмета делается на основе результатов его атрибуции, полученных к моменту его первичной регистрации. Уникальные предметы в обязательном порядке фотографируются. В книге поступлений фиксируются также данные о времени, источнике, способе поступления предмета, его сохранности, стоимости (при покупке), сопроводительных документах. Проставляется номер акта, дата записи.

Юридические документы первичного учета тщательно сохраняются; доступ к ним имеет ограниченный круг лиц. Между тем в информации, которую они содержат, нуждаются не только сотрудники музея, но и исследователи из других учреждений. Поэтому уже на стадии первичного учета создается система картотек — карточных, а в последние годы и электронных. Особенно необходима **учетная картотека**, выполняющая информационную функцию книги поступлений. Составляющие ее карточки идентичны по содержанию записям в книге поступлений и расположены в порядке ее номеров. На временные поступления также составляется картотека, систематизированная по источникам поступления.

После регистрации в книгах поступлений предметы передаются в фондовые подразделения хранителям по **актам на материально-ответственное**

Музееведение

хранение. При этом музейные предметы, в отличие от научно-вспомогательных материалов, проходят второй этап учета — **инвентаризацию**, которая представляет собой основную форму изучения, описания и научного определения предметов основного фонда. Осуществляется она при помощи книг научной инвентаризации — **научных инвентарей**.

Запись в научный инвентарь делается на основе предварительно составленной **карточки научного описания предмета**, графы которой должны соответствовать графам инвентаря. Заполняется она в процессе определения музейного предмета и фиксирует результат изучения всех основных его признаков. До занесения в научный инвентарь текст описания должен предварительно визироваться заведующим фондовым подразделением, заместителем директора по научной части или главным хранителем.

В процессе научного описания содержание карточки может дополняться, уточняться и даже меняться. При этом все изменения, вносимые в научный инвентарь, оформляются по тем же правилам, что и в книгах поступлений. На основе карточек научного описания музейных предметов создается **инвентарная картотека**, выполняющая информационные функции книг инвентарного описания и служащая основой для научной каталогизации фондов. Для того, чтобы быстро находить предметы, составляется **топографическая картотека**, а также **топографическая опись**, где фиксируется место хранения каждой единицы учета. В каждом фондовом подразделении создаются и картотеки на предметы научно-вспомогательного фонда.

Музейные фонды находятся в непрерывном движении. Ведь предметы могут передаваться в другие музеи и учреждения как в постоянное пользование в порядке обмена или на безвозмездной основе, так и во временное пользование, например, для создания экспозиций или выставок. Еще более активно перемещаются предметы внутри музея. Они передаются во временное пользование другим отделам для экспозиционно-выставочной работы для исследования, реставрации, фотокопирования. Все эти выдачи, так же как и факты хищения, утраты, разрушения предметов, оформляются соответствующим образом согласно инструкции. Выдачи на длительный срок внутри музея (в другие фондовые подразделения, в экспозицию) оформляются актом внутримузейной передачи и визируются главным хранителем. Предметы, передающиеся из фондовых подразделений в другие отделы музея, например, фотолабораторию, на короткий срок, могут регистрироваться в специальной книге с распиской принявшего лица.

Количество предметов в музейных фондах постоянно меняется: одни предметы выбывают из состава музейного собрания, другие пополняют его. Поэтому музей ежегодно составляет годовые отчеты о движении музейных фондов, где отражаются сведения о поступлениях, об общем количестве предметов. Для того, чтобы убедиться в наличии реальных предметов за конкретными цифрами учетных документов, а также в том, что их сохранности не нанесен ущерб, проводится **переучет фондов**.

Переучет осуществляет специальная комиссия в составе не менее трех человек с обязательным участием хранителя данной коллекции. Каждый предмет, закрепленный за фондовым подразделением, сверяется с актом приема на материально-ответственное хранение, с записью в книге научной инвентаризации и в книге поступлений, проверяется и наличие документов, оформляющих отсутствие в фондах тех или иных предметов. По итогам работы комиссия

составляет и подписывает акт сверки наличия музейных предметов с учетной документацией, который утверждает директор музея.

4.6 ХРАНЕНИЕ МУЗЕЙНЫХ ФОНДОВ

Задачи хранения фондов заключаются в обеспечении сохранности музейных ценностей, в защите их от разрушения, порчи и хищения, а также в создании благоприятных условий для изучения и показа коллекций. Хранение фондов осуществляется в фондохранилище, в экспозиции, во время различного рода перемещений предмета внутри музея и за его пределами. Принципиальные положения об организации хранения фондов определяются общегосударственными нормативами, соблюдение которых обязательно для всех музеев страны. Однако фонды каждого музея имеют свою специфику; она проявляется в составе и структуре фондов, в количестве предметов и степени их сохранности, в особенностях конструкции музейных зданий и фондохранилищ. Поэтому дополнительно к основным нормативным документам в музеях разрабатываются инструкции по хранению фондов для внутреннего пользования.

Режим хранения фондов

Все предметы подвержены естественному старению, однако, если ослабить воздействие на них неблагоприятных факторов, процесс можно замедлить. Именно с этой целью в музее устанавливается определенный режим хранения.

Одной из основных причин старения предметов является нестабильность **температурно-влажностного режима**, его резкие сезонные и суточные колебания. Характер и сила воздействия на предмет уровня температуры и влаги зависит от многих факторов — от материала, из которого изготовлен предмет, от его устройства, от среды, где он находился до поступления в музей. Например, изделия из олова при температуре ниже + 13° С разрушаются так называемой «оловянной чумой»: предмет меняет свою структуру, на нем появляются сначала серые пятна, затем пустоты, и пораженные места рассыпаются в порошок. При температуре выше + 25° С могут погибнуть изделия из пластилина и воска.

Изделия из кожи, дерева, тканей, бумаги и других органических гигроскопических материалов сильно страдают как от повышенной, так и от пониженной влажности. При повышенной влажности эти материалы легко разбухают, нарушается сцепление между волокнами, и предмет деформируется. Например, от чрезмерной влажности коробится пергамент, в результате чего появляются осыпи хрупкого красочного слоя в старинных рукописях. Повышенная влажность вызывает появление плесени, которая разрушает и уничтожает органические материалы, а чрезмерная сухость воздуха делает многие из них настолько хрупкими, что даже простое прикосновение может вызвать разрушение предмета. Особенно опасна повышенная или пониженная влажность воздуха для предметов, покрытых грунтом и красочными слоями (живопись, скульптура, деревянная резьба), а также созданных из материалов, имеющих различный коэффициент расширения, например, для мебели с инкрустацией из разных пород дерева.

Крайне вредны и резкие колебания влажности. Ведь при каждом изменении быстро реагирующие поверхностные слои материала деформируются по отношению к внутренним, менее влажным слоям, и при частом повторении этих колебаний появляются разрывы и трещины. Понятие «резкий» различно для каждого предмета. После изменения относительной влажности на 35% человеческий волос возвращается в прежнее состояние через 30 минут, газетная бумага — через три часа, плотная бумага — через два дня, а рулон газетной

Музееведение

бумаги толщиной 125 мм — через 6 месяцев. За это время на предмете могут появиться механические повреждения.

Температура и влажность оказывают на предмет взаимозависимое воздействие. Для гигроскопических материалов низкая влажность особенно губительна при высокой температуре. Высокая влажность при низкой температуре тоже усиливает свое негативное воздействие. Влага, накапливающаяся, например, в порах фаянса или майолики, при замерзании может нанести изделию серьезное повреждение. Изменение температуры влечет за собой и изменение влажности, поэтому и появилось понятие «температурно-влажностный режим».

Особо разрушительное действие колебания температурно-влажностного режима оказывают на органические материалы, а из неорганических материалов прежде всего разрушаются археологические предметы. Колебания влажности вызывают, например, в керамике и мягких породах камня процесс кристаллизации и рекристаллизации солей, способный привести к полному разрушению предметов.

При определении температурно-влажностного режима для поступающих в музей предметов необходимо знать, в каких условиях они хранились прежде. Например, для археологического стекла, подвергавшегося воздействию почвенных вод, необходима пониженная влажность, в то время как извлеченное из влажной почвы археологическое дерево нужно хранить при сильно повышенной влажности.

При комплексном хранении различных материалов температура воздуха в музейных помещениях должна быть в пределах $18 \pm 1^\circ \text{C}$, а относительная влажность $55\% \pm 5\%$. Наиболее надежный способ обеспечения заданного температурно-влажностного режима — кондиционирование воздуха, а в зданиях, не имеющих кондиционеров, он устанавливается и поддерживается с помощью отопительной системы, проветривания, увлажнителей, осушителей

Для регистрации температуры и влажности в каждом хранилище и экспозиционном зале устанавливают специальные приборы — психрометры, гигрометры, термометры или самопишущие термографы и гигрографы. Показатели температуры и влажности регистрируются дважды в сутки, в одно и то же время, в специальном журнале.

Для замедления процесса естественного старения предметов необходимо соблюдать **световой режим**. Дело в том, что под воздействием света, в частности ультрафиолетовых лучей, с предметом могут происходить фотохимические изменения: он желтеет, темнеет, выцветает или полностью обесцвечивается. Особенно разрушительным воздействием обладает естественный свет, а из источников искусственного света наибольшая опасность исходит от люминесцентных ламп. Физические изменения, вызываемые светом, проявляются в разрушении структуры материала, потере им прочности, усадке. Они происходят под воздействием инфракрасных лучей, которые содержатся как в естественном, так и в искусственном свете, их наибольшее количество испускают лампы накаливания. Степень повреждений, причиняемых светом, зависит от интенсивности излучения и его продолжительности. Единица измерения степени освещенности — люкс (лк). Поскольку глаз легко приспособляется к изменению интенсивности света, уровень освещенности практически невозможно определить без специального прибора, в частности люксметра.

Световой режим устанавливается в зависимости от материала, цвета и степени сохранности предмета. Он может заключаться в полной или частичной изоляции светочувствительных вещей от постоянных источников света, а также в

Музееведение

обеспечении некоторым группам предметов необходимого для их сохранности количества света.

Уровень освещенности в пределах 50—75 люкс рекомендован для помещений, в которых хранятся все виды графики, книги, рукописные материалы, фотографии, ткани, окрашенная кожа, образцы флоры и фауны. Живопись (масло и темпера), лак, дерево, неокрашенная кожа и кость обладают средней светостойкостью, и рекомендованный уровень освещенности для них не должен превышать 150 люкс. Предметы, обладающие высокой светостойкостью, — металлы, бесцветное стекло и камень, керамика, гипс, нуждаются только в защите от прямого попадания на них солнечных лучей.

Световой режим для различных предметов средней светостойкости неодинаков: без доступа света желтеют кость и белый мех, темнеют покровные слои и тонировки живописи, а изделия из многих пород дерева — ореха, красного дерева, дуба — могут выгорать на свету, поэтому их прикрывают чехлами.

Все светочувствительные материалы хранятся в затемненном помещении в защищенном от света оборудовании. В экспозиционных залах с естественным освещением отдельные предметы, например, документы, акварели, ткани, дополнительно закрываются занавесями на светонепроницаемой подкладке. Когда же для предмета, например, рукописи, требуется полная изоляция от света, в экспозицию помещается не подлинник, а его воспроизведение. Для обеспечения оптимального режима хранения музейных коллекций им необходима **защита от загрязнителей воздуха**, под воздействием которых происходит процесс старения и разрушения предметов. Это сероводород, сернистый газ, аммиак, хлор, пыль, сажа.

Сероводород, который пагубно действует на многие материалы, особенно металлы (серебро, медь, свинец), краски, ткани, образуется главным образом в результате процессов гниения и промышленного производства. Но его источником может стать и музейное оборудование, созданное с использованием резины или казеиновых красок. Эти материалы при старении выделяют сероводород.

Аммиак тоже образуется в результате гниения и особенно вреден для серебра, красок, лака. Хлор, опасный для большинства материалов, попадает в воздух главным образом с предприятий, которые используют его в технологическом процессе, например, в текстильном, бумажном производстве. В соединении с влагой он способен образовывать соляную кислоту. Сернистый газ — результат процессов горения. Соединяясь с влагой, он образует сернистую, а затем серную кислоту и потому представляет опасность для большинства материалов.

Пыль и копоть задерживают на предмете влагу, проникая в поры гигроскопичных материалов, способствуют активизации химических процессов, дают плотное загрязнение красочного слоя живописных произведений. Пыль — хорошая питательная среда для биологических вредителей.

Основные способы защиты музейных коллекций от воздействия загрязнителей воздуха — герметизация помещений при наличии кондиционеров, использование фильтровальных устройств и индивидуальных упаковок для предметов — чехлов, футляров, папок. Необходима регулярная уборка музейного оборудования, помещений, прилегающей территории.

Предметы могут разрушать микроорганизмы, насекомые и грызуны, поэтому важно соблюдать **биологический режим** хранения. Благоприятную среду для развития биологических вредителей создают нарушение температурно-влажностного режима, пыль продуктовые склады, расположенные в

Музееведение

непосредственной близости от музея, а также принятые без специальной обработки зараженные предметы.

Микроорганизмы — бактерии и плесень — поражают самые разнообразные предметы, но в первую очередь те, что созданы из органических материалов, то есть живопись, бумагу, ткань, кость, дерево. Все виды плесеней оставляют трудно выводимые пятна, а некоторые виды разрушают волокна. Особенно интенсивно плесень развивается при влажности более 70% и температуре выше +20° С. Заражение плесневелыми грибами происходит от частей грибницы и от спор, переносимых воздухом или при контакте с пораженным предметом. При обнаружении плесени предмет необходимо перенести в специальное изолированное помещение, а в целях предотвращения появления плесени музейное оборудование периодически протирают двухпроцентным спиртовым раствором формальдегида.

Музейные предметы, кроме изделий из металла, стекла и керамики, часто поражаются насекомыми, из которых наиболее распространены жуки (точильщики, усачи, древогрызы, притворяшки, кожееды), моли, сахарные чешуйницы, а также комнатные мухи. Они проникают в музейные помещения через окна и двери, а также вместе с поступающими в музей предметами. Для борьбы с ними используются жидкие инсектициды, применяется способ газации помещений. В каждом музее должен быть изолятор для проверки предметов на зараженность и их дезинфекции, а при нем — специальная камера для проведения дезинсекционной и противогрибковой обработки пораженных предметов. В работах по уничтожению биологических вредителей можно использовать лишь разрешенные для музеев средства, а сами работы обязательно должны проводиться в присутствии или с участием реставраторов.

В круг задач хранения фондов входит и **защита от механических повреждений**. Многие музейные предметы созданы из непрочных материалов, легко подвергающихся разрушению. При работе с ними нужно соблюдать особую осторожность. Например, предметы на бумажной основе следует брать за противоположные углы, для того чтобы избежать натяжения волокон; произведения станковой живописи держат только за подрамник, а другие предметы — за наиболее прочные части. Для решения вопросов хранения очень важно знать материал и способ изготовления предмета. Стекло, керамика, бумага, пастель, многие породы дерева легко подвергаются механическому разрушению. Очень уязвимы предметы, созданные из разных материалов. Например, сохранность произведений станковой живописи зависит от холста, грунтовки, красочного слоя, защитного покрытия. Важна и технология изготовления предмета. Например, бумага, изготовленная ручным способом, прочнее той, что создана машинным способом, потому что в первом случае число волокон в продольном и поперечном направлениях одинаково, а во втором — различно.

Одна из важнейших задач хранения музейных фондов состоит в **предупреждении возникновения экстремальных ситуаций** — пожаров, аварий электросети, водопроводной сети, отопительной системы, а также хищений. Музейные помещения должны быть оснащены противопожарным инвентарем, системами автоматического пожаротушения, противопожарной и охранной сигнализацией. В музеях ведутся круглосуточный противопожарный надзор и охрана милицейской, гражданской или комбинированной службой. Нормативные документы определяют правила приема и сдачи помещений охраной музея и материально ответственными хранителями, правила хранения ключей, пломбиров и печатей.

Музееведение

Стихийные бедствия предотвратить нельзя, но их последствия могут быть в значительной степени смягчены при условии организованных действий людей. Музейные сотрудники должны заранее знать, какие музейные предметы и коллекции следует спасти в первую очередь.

Задачи консервации и реставрации

Иногда устанавливаемые режимы хранения — температурно-влажностный, световой, биологический — оказываются недостаточной мерой для обеспечения физической сохранности музейных предметов, и для того, чтобы приостановить начавшийся в них разрушительный процесс, требуется использование специальных средств. Сохранение музейных предметов в условиях режима, тормозящего процессы их естественного старения, а также приостановление уже начавшегося разрушения с последующим укреплением предметов осуществляется в ходе **консервации**. Ее может проводить только работник, имеющий специальную подготовку — реставратор. Он принимает меры по устранению причин разрушения предмета, укрепляет его материал и структуру, снимает деформирующие и вредные налеты.

Предметы нередко имеют утраты, позднейшие дополнения, а также повреждения, в результате которых они полностью или частично теряют свой первоначальный облик или состояние, тем самым снижается их музейная ценность. В этих случаях осуществляется **реставрация** предметов, то есть устраняются искажения, которые вызваны естественным старением, нанесенными повреждениями или преднамеренными изменениями.

Хранители и реставраторы постоянно осуществляют контроль за состоянием музейного собрания, отбирая предметы, нуждающиеся в консервации и реставрации. Результаты этого осмотра заносятся в специальную опись, в которой помимо основных признаков предмета, фиксируется и состояние его сохранности. Это позволяет выявлять изменения, произошедшие с предметом за определенный отрезок времени.

Консервация и реставрация — работа сложная и необычайно ответственная. Ведь неправильно выбранный или недостаточно апробированный метод устранения повреждений может привести к гибели предмета. Поэтому вопрос о целесообразности, возможности, средствах и методах консервации и реставрации решают специальные комиссии или реставрационные советы. Их заключение фиксируется в протоколе, а этапы и результаты практической работы с предметом реставраторы отражают в специальном документе. Эта информация в сочетании с другими сведениями, накопленными за годы и десятилетия реставрационных работ, помогает совершенствовать их методику.

Упаковка и транспортировка музейных предметов

Особая опасность повреждения или похищения предметов возникает при их транспортировке на временную выставку, реставрацию, экспертизу и т. п. Удары, воздействие света, воды или влаги, высоких температур, насекомых или микроорганизмов, пыли — вот неполный перечень тех факторов разрушения, влияние которых может ощутить на себе предмет при перемещении из привычной среды. В отношении каждого предмета необходимо принимать целый ряд защитных мер, но гарантии абсолютного успеха они не дают. Пожар, кража, потеря при перевозке крайне редки, но вероятны. Поэтому не рекомендуется транспортировать вместе все предметы из одной коллекции.

Возможность транспортировки конкретных предметов определяет реставрационный совет или реставрационная комиссия. Реставраторы дают и

Музееведение

рекомендации относительно особенностей упаковки и транспортировки предметов.

Очень важную роль в сохранности предметов играет упаковочная тара, которая должна защищать их от механических повреждений, пыли, резких перепадов температуры и влажности. Обычно для упаковки используются деревянные ящики соответствующего размера и формы. Снаружи они покрываются влагонепроницаемой краской и маркируются, чтобы показать, как их следует ставить и что с ними нужно осторожно обращаться. Ящик с особо уникальными предметами нередко помещают в другой, металлический ящик.

Существуют правила упаковки, которые необходимо соблюдать при транспортировке любых музейных предметов. В один ящик укладывают только однородные или близкие по материалу, размеру и весу предметы. Их располагают таким образом, чтобы они не давили друг на друга и не перемещались. Предметы небольшого размера обертывают бумагой, ватой, лигнином, придавая им округлую форму, а особо хрупкие предметы предварительно упаковывают в коробки. На дно ящика кладут стружку, завернутую в бумагу; все образующиеся пустоты заполняют упаковочным материалом. Крупные предметы транспортируют в отдельных ящиках, при этом закрепляют их таким образом, чтобы исключить возможность смещения. Для этого предмет фиксируется с помощью планок и мягких прокладок, соответствующих его форме и размеру.

Картины перевозят в ящике в специальных рамках-кассетах, но иногда используют и менее надежный, но более простой путь. Их подбирают по размерам, складывают попарно лицевой стороной, прокладывая микалентной бумагой, байкой, фланелью, помещают в ящик и закрепляют рейками и брусками. Картины большого размера накатывают на вал оборотной стороной вовнутрь. Ткани и одежду упаковывают во влагонепроницаемые чехлы, а затем укладывают в ящики с полками.

Транспортировка осуществляется в соответствии с правилами, определенными нормативными документами. В каждый ящик вкладывается упаковочный акт, подписанный лицом, ответственным за упаковку, реставратором, упаковщиком. При приеме транспортируемых предметов в холодное, влажное или жаркое время года ящики вскрывают только через сутки после прибытия груза, чтобы предметы акклиматизировались.

Система хранения музейных фондов

Для хранения предметов в музее оборудуется специальное помещение — **фондохранилище**, которое часто называют **запасником**. Система хранения фондов может быть отдельной или комплексной. При **раздельной системе хранения** в одном, изолированном помещении находятся предметы из одного материала или же нескольких материалов, очень близких по нормативам хранения. В музеях, испытывающих нехватку площадей или имеющих очень небольшое собрание, вынужденно используют **комплексную систему хранения**, при которой в одном помещении сосредотачиваются предметы из разных материалов, а режим хранения основывается на усредненных показателях. Внутри обеих систем предметы обычно размещаются в соответствии со структурным делением фондов, то есть по типам источников. Затем они могут распределяться по назначению, по содержанию, по размерам, по инвентарным номерам.

В отборе предметов для экспонирования принимают участие реставраторы, которые проводят консервативные и реставрационные работы со всеми нуждающимися в этом экспонатами. Определяется и максимальная

Музееведение

продолжительность экспонирования тех или иных предметов; например, для экспонатов на бумажной основе она составляет не более 6 месяцев в году. В экспозициях большинства крупных музеев представлена лишь небольшая часть их коллекций, по разным оценкам, примерно 1 — 5%. Поэтому проблема расширения доступа к сохраняемым культурным ценностям весьма актуальна. В отдельных музеях применительно к некоторым коллекциям используется форма **открытого хранения фондов**, позволяющая посетителям осматривать каждый из предметов, находящихся в специально оборудованном фондохранилище. Такая система хранения неизбежно ухудшает режим хранения предметов, особенно световой, поэтому для некоторых материалов она неприемлема. Открытое хранение фондов более безопасно для тех материалов, которые в наименьшей степени страдают от воздействия окружающей среды — керамика, бесцветное стекло, некоторые виды металлов, поделочные камни и пр. Уже не одно десятилетие, открытое хранение коллекций декоративно-прикладного искусства существует в Центральном музее современной истории России (прежде Музей революции). Система открытого хранения предусмотрена и в новом фондохранилище Эрмитажа, которое отвечает самым последним требованиям, как с функциональной, так и эстетической точки зрения.

Лекционное занятие №5 «МУЗЕЙНАЯ ЭКСПОЗИЦИЯ»

Слово «экспозиция» происходит от латинского глагола *expono* (выставлять напоказ, раскладывать) и производного от него существительного *exposition* — изложение, описание. Экспозицией можно назвать размещение любых предметов, представленных для обозрения. Но музейная экспозиция имеет свою специфику. Ее основу составляют не любые, а музейные предметы, обладающие определенной совокупностью признаков и свойств. В экспозиции они обретают новый статус: становятся **экспонатами**, то есть предметами, выставленными для обозрения.

В качестве экспонатов могут выступать и «заменители» подлинников, то есть воспроизведения музейных предметов, а также карты, схемы, диаграммы и другой научно-вспомогательный материал, необходимый для наглядного показа связей между предметами и раскрытия темы. В состав экспозиции входят письменные тексты разнообразного характера, часто — фонические материалы. Эта совокупность музейных предметов, их воспроизведений и моделей, научно-вспомогательных материалов и текстов называется **ЭКСПОЗИЦИОННЫМ МАТЕРИАЛОМ**.

Все части экспозиции взаимосвязаны между собой и составляют ее **тематическую структуру**. В соответствии с ней экспозиционные материалы делятся на структурные единицы — **экспозиционные комплексы**, то есть группы предметов, связанных между собой по содержанию или иным признакам и составляющим зрительное и смысловое единство. В качестве экспозиционного комплекса может рассматриваться и экспозиционный зал, созданный по единому проекту и имеющий свой неповторимый облик.

Предметы в музейной экспозиции представляют собой научно организованную совокупность, поскольку их отбор и размещение основываются на разработанной коллективом музея научной концепции. Они служат средствами для выражения определенного содержания, следовательно, образуют знаковую систему. Поэтому музейная экспозиция является своеобразным «текстом», который нужно не только созерцать, но и осмысливать. Экспонаты-знаки могут передавать идеи, чувства, представления и суждения как людей, создавших их или когда-то с ними соприкасавшихся, так и авторов экспозиционного показа.

Экспозиция составляет основу музейной коммуникации, которая осуществляется путем зрительного восприятия посетителями экспозиционных материалов, размещенных в определенном пространстве. Для того чтобы облегчить процесс общения посетителей с экспонатами, сделать его более результативным и плодотворным, в создании экспозиции участвуют не только ученые, но и художники, которые приносят в музей образное начало. На музейном поприще у науки и искусства единая цель — помочь человеку постигнуть логическую связь вещей и явлений, повести его к познанию мира через сотворчество и сопереживание. Образ, который создается в результате синтеза науки и искусства, является специфически музейным образом. Согласно современным представлениям, **музейная экспозиция** — это целенаправленная и научно обоснованная демонстрация музейных предметов, которые организованы композиционно, снабжены комментарием, технически и художественно оформлены и в итоге создают специфический музейный образ природных и общественных явлений.

Музееведение

Музей создает не только постоянные, но и временные экспозиции — выставки, стационарные и передвижные. Их временный характер проявляется в составе экспонатов. На выставках часто демонстрируются предметы из других музеев и частных коллекций, а также предметы, которые не могут долго находиться за пределами фондохранилищ — акварели, письменные источники, уникальные вещи.

В настоящее время в музейной практике сложилось три основных типа музейных выставок:

тематические выставки, в основе которых лежит определенный сюжет;

фондовые выставки, которые знакомят посетителей с малоизвестными и малодоступными коллекциями;

отчетные выставки, которые создаются по результатам реставрационных работ, по итогам комплектования фондов — так называемые выставки новых поступлений.

Создание выставок является составной частью экспозиционной работы музеев. Выставки повышают доступность и общественную значимость музейных фондов, вводят в научный и культурный оборот памятники, находящиеся в частных собраниях, способствуют отработке и совершенствованию методов экспозиционной и культурно-образовательной работы музея, расширяют географию его деятельности. В настоящее время активно развивается международный обмен выставками, что способствует взаимообогащению различных культур.

5.1 ПРОЕКТИРОВАНИЕ ЭКСПОЗИЦИИ

Проектирование экспозиции - один из важнейших этапов музейного проектирования, включающий процесс разработки документации для создания будущей экспозиции и последующий авторский надзор за реализацией отраженного в документации замысла.

В процессе проектирования экспозиции принято выделять в качестве составляющих *научное, художественное, паническое и рабочее проектирование*.

В 1970-х гг. в музейной практике сформировалась последовательность производства проектных работ по созданию экспозиций и была выработана форма проектных документов. Вскоре эта практика получила подтверждение в соответствующих инструкциях Министерства культуры, в которых были закреплены в качестве обязательных основные этапы проектирования экспозиции и определены соответствующие им документы.

Согласно сложившемуся в российском музейном деле трехступенчатому порядку проектирования экспозиции, которому и сегодня следует большинство музеев, процесс создания экспозиции начинается с концепции. Прежде всего, экспозиционер формулирует и обосновывает тему экспозиции. На этой основе должна быть создана научная концепция экспозиции, определяющая цели создаваемой экспозиции и методы достижения этих целей. Научная концепция экспозиции — *первый* и определяющий все остальные *этап проектирования*.

Концепция является результатом научной работы авторского коллектива по заявленной теме и исследования источниковой базы, т. е. материалов, хранящихся в фондах собственного музея и других хранилищах. Ее формирование всегда опирается на анализ степени научной разработанности предложенной темы и изучения состава коллекций музея, из чего вырастает представление о путях создания плана комплектования и теоретического осмысления этой темы. Экспозиционер определяет будущего посетителя - адресата экспозиции,

Музееведение

формулирует основные принципы и выбирает приветствующие методы построения экспозиции. Обязательным является подробное изучение помещения будущей экспозиции, особенно если это памятник архитектуры.

В общем виде намечается тематическая структура, определяющая последовательность экспозиционных тем и маршрут, отбираются ведущие экспонаты или комплексы. В результате формулируются требования к архитектурно-художественному решению, оборудованию, намечается создание диорам, аудиовизуальных систем и т. п. Наконец, экспозиционер определяет место задуманной экспозиции в системе экспозиций данного музея и среди экспозиций музеев аналогичного профиля.

В традиционном проектировании создание художественного проекта вытекает из научного. Поэтому после (или, реже, одновременно, когда экспозиционеры и художники работают вместе) создания научной концепции разрабатывается архитектурно-художественная концепция - основная художественная идея, художественный образ, в который должна воплотиться научная концепция. Определяется пространственное построение экспозиции, основное цветовое решение, ведущие экспонаты в залах. В результате работы художника создается ряд эскизов или макет.

На втором этапе научными сотрудниками-экспозиционерами разрабатывается «расширенная тематическая структура» - документ, содержащий наименование и последовательность разделов и тем экспозиции, а художниками - «экспозиционный проект». В этих документах научное и художественное решение отдельных тем детализируется и реализуется в форме проекта на уровне экспозиционных комплексов.

Третий этап предполагает создание тематико-экспозиционного плана (ТЭП), на основе которого выполняются монтажные листы — чертежи всех участков экспозиционного пространства и поверхностей, на которых размещаются экспонаты. В практике российских музеев была выработана следующая основная структура ТЭПа:

- наименование раздела;
- наименование темы (подтемы);
- ведущий текст, оглаводительный текст;
- тематический комплекс;
- аннотация (объяснительный текст) к комплексу;
- экспонатура (с указанием подлинности, инвентарных номеров, основных данных атрибуции, размеров);
- этикетаж;
- примечания, содержащие рекомендации по группировке экспонатов и оформлению и т. п.

Значительные по объему тексты, как правило, даются в приложениях. К ТЭПу могут прилагаться также материалы для создания реконструкций, схем, диаграмм и других вспомогательных материалов.

Разумеется, эта структура может варьироваться в зависимости от характера экспозиции и особенностей экспозиционных материалов. В связи с многократно возросшими объемами информации, представляемой не только в виде текстов, но и на электронных носителях, для масштабных экспозиций и последние годы в виде отдельного документа нередко готовится информационный проект.

На основе монтажных листов проводится изготовление всего необходимого оборудования, креплений, планшетов для аннотаций и т. п. и осуществляется монтаж экспозиции. Для уточнения и коррекции возможных ошибок перед

Музееведение

окончательным монтажом в большинстве случаев музеями проводится так называемая раскладка — прикидочное размещение экспонатов в соответствии с монтажными листами, в процессе которой проверяются визуальная совместимость экспонатов и общее впечатление от экспозиции. Предварительная раскладка («пробная экспозиция») не считалась обязательным этапом, но на практике в большинстве случаев она применялась. Нередко именно после этого «промежуточного этапа» уточнялся окончательный вариант тематико-экспозиционного плана.

Такой порядок проектирования экспозиции был зафиксирован в 1970-1980-е гг. в нормативных документах и музееведческой литературе. Однако уже давно никто не относится к этому порядку как к догме. Какова оптимальная последовательность этапов проектирования и их взаимодействия? Каков оптимальный состав коллектива проектировщиков? Как должна быть организована работа этого коллектива? Ответы на эти вопросы каждый музей ищет самостоятельно.

Отклонения от приведенной схемы в реальной музейной практике появились сразу. Нередко они были связаны с тем, что многие экспозиции (а особенно выставки) создавались и создаются вообще без участия художника, и все работы, вплоть до монтажа, проводятся самими экспозиционерами, что позволяет музею экономить немалые средства и строить выставки в кратчайшие сроки. В особой степени это относится к систематическим и ансамблевым экспозициям, в которых произвольность художественного образа сведена к минимуму, а научная сторона, напротив, играет важнейшую роль.

Однако именно там, где в основе работы над экспозицией лежит творческое сотрудничество, совместная деятельность научного сотрудника и художника, удается достичь оптимальных результатов. Подключение художника-единомышленника на самом раннем этапе становления экспозиционного замысла может значительно обогатить цельный образ будущей экспозиции, подсказать научному сотруднику неожиданные ходы и повороты не только в разработке тематической структуры, но и в самой концепции экспозиции.

Активное участие художника сформировалось постепенно. Сначала стремление художников занять более активную позицию встретило сопротивление подавляющей части музейных работников. В 1950-1960-е гг. сложилась Сенежская студия под руководством Е. А. Розенблюма. Появилось понятие «авторская экспозиция». В журнале «Декоративное искусство» и других периодических изданиях прошли острые дискуссии по вопросу о том, что главное в экспозиции — наука или искусство? В 1970-е гг. в среде музейщиков бытовало мнение: приглашение крупного дизайнера неизбежно ведет к необходимости подчинения его диктату, и процесс создания экспозиции с участием профессионала-художника превращается в постоянную и нелегкую для обеих сторон борьбу.

Сложность взаимодействия научной и художественной составляющих экспозиции, все большее усложнение художественных решений, а также обращение музея к посетителю, желание добиться адекватного восприятия посетителем экспозиционных образов и идей — все это потребовало включения в проектные группы нового действующего лица — сценариста.

Создание сценария является одним из этапов проектирования экспозиции. На практике и в настоящее время сценарии пишутся в очень немногих музеях. Сегодня нет однозначного определения термина «сценарий»; в нем видят «пьесу для режиссера-художника», «сюжет восприятия экспозиции», «либретто», «подстрочник для творческого перевода с языка науки на язык искусства». Пишут

Музееведение

сценарий сами музейные работники, или приглашают для этого профессионала-литератора. Иногда сценарием заменяют тематическую структуру или тематико-экспозиционный план. Сценарии пишутся там, где творческий коллектив испытывает потребность заранее смоделировать процесс коммуникации в ходе восприятия будущей экспозиции. Сценарист разрабатывает «драматургию» раскрытия экспозиционной темы, экспозиционных образов, моделирует и описывает процесс восприятия экспозиции посетителем. Сценарий превращается в обязательную форму документации, когда в экспозиции используются сложные технические средства, связанные с развертыванием элементов ее сюжета во времени - с показом слайд-фильмов, видеопрограмм и т. п.

В последние десятилетия в музейном деле все более наблюдаются отход от типовых образцов и ориентация на создание оригинальных, индивидуальных произведений экспозиционного творчества. Сегодня все чаще проектирование экспозиции рассматривается в целом, научная концепция и художественное решение нередко складываются одновременно, взаимодействуя и придавая друг другу творческий импульс. Конечно, вышесказанное относится только к экспозициям, задуманным и решаемым как уникальные и самоценные произведения некоего самостоятельного вида искусства, в которых научность основы и образность целого не противоречат и не соперничают друг с другом, а направляют объединенные усилия на достижение одной цели - решение коммуникационных задач. Все чаще сложные концептуальные решения находят адекватное художественное выражение в острых, ярких, необычных пластических формах. Лучше всего современное состояние экспозиционного проектирования можно выразить словами «многообразие и индивидуальность». Каждый музей выбирает тот или иной метод, исходя из стоящих перед ним задач, сложившихся традиций, индивидуальных предпочтений коллектива.

Техническое и рабочее проектирование (технорбочее проектирование) экспозиции заключается в разработке художником совместно с конструкторами, инженерами и экспозиционерами музея комплекса документации, необходимой для изготовления и сборки экспозиционного оборудования, научно-вспомогательных материалов, осветительной аппаратуры и технических средств. И на этом этапе проектирования участие сотрудников музея - экспозиционеров - не просто желательно, но и обязательно, так как только они обладают правом на решающее слово при обсуждении вопроса о размещении экспонатов, именно они могут проследить за тем, насколько отвечает оборудование требованиям сохранности музейных предметов.

Технорбочий проект включает ряд документов. По детализированным чертежам изготавливаются отдельные детали оборудования. Оборудование должно отвечать основным требованиям: обеспечивать размещение в пространстве экспозиционных материалов, обеспечивать их сохранность, работать на создание образа. По сборочным чертежам проводится монтаж оборудования. Монтажные листы представляют чертежи участков экспозиционной поверхности с точным указанием расположения экспозиционных материалов. Создаваемыми на этом этапе документами являются также шаблоны - монтажные листы, выполненные в масштабе 1:1; документы по разработке систем отопления, вентиляции, охранной и пожарной сигнализации; эскизы макетов, диорам, монументально-декоративных элементов оформления и других вспомогательных материалов; колористические модули и т. п. Необходимость разработки тех или иных документов диктуется индивидуальными особенностями проектируемой экспозиции: для большой комплексной экспозиции потребуется полный комплект технорбочей

Музееведение

документации, для временной выставки произведений живописи можно ограничиться монтажными листами.

Существенный фактор восприятия экспозиции, на который обращается все больше внимания, — свет. В процессе рабочего проектирования должен создаваться светотехнический проект. По уровню присущей ему технической сложности и в силу его важности, как для восприятия экспозиции, так и для обеспечения сохранности экспонатов этот проект должен создаваться профессионалами, и к его разработке, как правило, подключаются специальные организации. Это, естественно, не снимает с сотрудников музея ответственности за его качество. Более того, ознакомление экспозиционеров с используемыми в настоящее время техническими средствами и предъявляемыми в этой связи требованиями к экспозиции совершенно необходимо.

На системы технических средств, применяющиеся в экспозиции - звуковоспроизводящие средства, голография, полиэкранный диапроектор и т. п., - разрабатывается специальная техническая документация. В некоторых музеях эти средства объединяются единой автоматической системой управления (аудиовизуальный показ).

5.2 ПРИНЦИПЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ЭКСПОЗИЦИИ

Принцип научности сохраняет свою определяющую роль при построении большинства музейных экспозиций. Он выражается уже в предварительной научной обработке каждого музейного предмета, помещаемого в экспозицию, в научном исследовании темы, воплощенном в концепции экспозиции. Однако, приняв постулат Н. Ф. Федорова о том, что музей - не судилище, музееведы и музейные работники выдвинули на первый план принцип научной объективности. Он не исключает выражения в экспозиции авторской позиции, но требует от экспозиционера честности и непредвзятости при интерпретации происходивших и происходящих в природе и обществе процессов. Наиболее ярко этот принцип воплощается в многочисленных сегодня проблемных «экспозициях-диспутах», где вопрос ставится, но остается открытым, благодаря чему открывается простор для мысли посетителя.

Второй из общепризнанных принципов - **принцип предметности**, т. е. опоры на подлинные музейные предметы. Иногда может показаться, что он утрачивает в теории и практике современного музейного дела свой всеобъемлющий и обязательный характер: существуют многочисленные экспозиции, построенные как коллажи, инсталляции, натюрморты без участия музейных предметов или с минимальным использованием последних. Уход из экспозиции музейного предмета, подлинника может привести к потере музейной специфики, размыванию самого понятия «музей». На практике в современном музейном мире слово «музей» нередко употребляется по отношению к учреждениям, являющимся скорее культурно-выставочными, образовательными, игровыми центрами, чем музеями.

Где же та граница, за которой экспозиция перестает отвечать понятию «музейная»?

Музееведы предлагают своеобразный тест на «музейность» экспозиции. Тест чрезвычайно прост: уберите мысленно из анализируемой экспозиции все подлинные музейные предметы. Если после этого экспозиция перестает существовать как смысловое и художественное целое - это музейная экспозиция. Если изъятие музейных предметов не повлияло на восприятие экспозиции, то назовите ее инсталляцией, предметной композицией, коллажем и т. п., но не

музейной экспозицией. Только экспозиция, в основе которой музейные предметы, является действительно музейной.

Таким образом, принцип предметности продолжает оставаться одним из основополагающих принципов построения музейной экспозиции, так как непосредственно связан с ее музейной спецификой.

Третий принцип построения экспозиции - **коммуникативность**. Построение экспозиции должно быть ориентировано на восприятие разными группами посетителей. Это означает не усредненность, не расчет на некоего мифического «среднего» реципиента. Многосложность экспозиции, построение ее таким образом, чтобы в ней смог найти для себя интересное и важное как ненадолго зашедший в музей «любопытствующий», так и специалист, серьезно занимающийся проблемой, - наиболее перспективный путь.

Таким образом, представляется, что сегодня наиболее общие принципы музейной экспозиции формулируются как предметность, научность, коммуникативность.

Однако под принципами построения экспозиции музеееды понимают также более конкретные принципы, обуславливающие группировку и интерпретацию экспозиционных материалов, структуру и основные членения экспозиции. В «Словаре музейных терминов» выделено три таких принципа: историко-хронологический, комплексно-тематический и проблемный.

Историко-хронологический принцип предполагает группировку экспозиционных материалов в соответствии с принятой в науке хронологией. Поскольку любой музей по сути является историческим (идет ли речь об истории общества, природы, искусства и т. п.), то и применение этого принципа отнюдь не ограничивается музеями исторического профиля. Этот принцип лежит в основе построения Палеонтологического музея в Москве, многих залов Политехнического музея, биографических частей экспозиций мемориальных музеев и т. п.

Комплексно-тематический принцип предполагает организацию экспозиционных материалов разных типов, связанных единством темы, в форме тематико-экспозиционных комплексов. Сегодня это один из наиболее часто используемых принципов построения.

Проблемный принцип предполагает группировку экспонатов в соответствии с поставленной в процессе научного проектирования проблемой. В современных музеях наиболее часто можно наблюдать совмещение различных принципов построения.

5.3 ЭКСПОЗИЦИОННЫЕ ПРИЕМЫ

Для оптимальной компоновки экспозиционных материалов в комплексах, рядах, натюрмортах научный сотрудник вместе с художником выбирает те или иные экспозиционные приемы, т. е. способы группировки экспозиционных материалов. Среди общеизвестных апробированных приемов необходимо назвать:

- выделение экспозиционных центров и ведущих экспонатов, несущих максимальную смысловую и образную нагрузку;

- выявление связей между предметами, прием «взаимной документации», позволяющий выявлять связи, в том числе не поддающиеся внешним наблюдениям (на взаимной документации основан, в частности, прием «овеществления» письменных источников, как правило, обладающих слабой аттрактивностью);

- сопоставление, в том числе противопоставление (прием контрастного показа);

Музееведение

-«массированный» показ однотипных материалов, сконцентрированных на небольшой площади. Такой показ использован, например, в экспозиции археологии Тверского объединенного историко-архитектурного и литературного музея (1996), где при помощи большого количества однотипных каменных предметов из археологических находок создается экспрессивный «образ» каменного века;

- разрядка путем создания пустого пространства вокруг наиболее важных экспонатов с целью акцентирования на них внимания;

- расположение экспонатов, требующих рассмотрения с близкого расстояния, в пределах наиболее удобного для обозрения экспозиционного пояса - области вертикальной поверхности экспозиционного помещения на высоте от 70-80 (нижняя граница) до 200-220 см (верхняя граница) от пола;

- организация «экспозиции в окне», позволяющая через проем витрины как бы заглянуть в иное пространство и время;

- выделение мерного и второго планов, а также создание скрытого плана экспозиции в турникетах, кассетных стендах и т. п.

Сколь разнообразны могут быть приемы (и соответственно - полученный результат) при показе одного и того же комплекса, проиллюстрируем следующим примером. Во многих музеях, располагающих археологическими коллекциями, экспонируются женские украшения из древних погребений, составляющие единый ансамбль. Во многих музеях погребение показывают в том виде, в каком оно предстало перед археологами в процессе раскопок: в горизонтальной витрине на уровне пола, вместе со скелетом, имитацией грунта и т. п. Главное при таком приеме экспонирования — выявление подлинности археологической находки, приобщение посетителя к факту научного открытия. Некоторые экспозиционеры группируют эффектные археологические предметы в витрине, выявляя разреженным размещением, фоном, освещением и т. п. их эстетические достоинства. Другие музеи располагают их как комплект на условном манекене или прорисованном силуэте, помогая посетителям понять их функциональное назначение и оценить роль в формировании облика женщины отдаленной эпохи. А вот экспозиционеры Ростовского краеведческого музея, расположив комплект убранства и вертикальной витрине в соответствии с местом каждого предмета, в центре, где должно быть лицо, поместили зеркало, как бы предлагая посетителям «примерить» древние предметы, представить себя в облике своей пра-пра-прабабушки.

Творческие коллективы экспозиционеров находят и вырабатывают собственные оригинальные приемы создания экспозиционных комплексов. Необычный прием размещения в центре экспозиции чуждого, противоречащего как помещению, так и экспонатуре предмета можно увидеть в Тотемском музейном объединении. Экспозиция «Музея мореходов» строилась в 1996 г. в памятнике культовой архитектуры - Входиевской церкви XVIII в., что выпило определенное противодействие в городе со стороны верующих и части общественности. До передачи музею здание храма занимал винный завод, при подготовке к монтажу музейные работники вынуждены были разбирать старое оборудование, очищать помещение от хлама. И вот как вечное напоминание о том, что было и что стало, экспозиционеры оставили в центре интерьера вмонтированную в бетонный пол машину для закупорки бутылок с краткой и выразительной этикеткой: «Это было до нас». Контраст между двумя способами использования памятника архитектуры оказался столь явным, зримым, эмоциональным, что это не только привнесло новый, очень существенный аспект в

восприятие экспозиции, но и помогло музею решить деликатную проблему обоснования в глазах общественности своего права на использование памятника.

«Экспонат в фокусе» - также часто встречающийся сегодня прием построения экспозиции. Внимание экспозиционера сосредоточено не на совокупности музейных материалов, а на музейном предмете (как правило, особо ценном, уникальном, раритетном) в его самоценности. Во многих музеях проводятся выставки «одного экспоната», а в «Музее одной картины» (Пенза), этот прием положен в основу построения целого музея. Единичный экспонат может выставляться как без какого-либо дополнительного материала, так и с применением достаточно развернутого научно-вспомогательного материала; в отдельных случаях единственный экспонат становится «героем» развернутого театрализованного («Музейный театр» в Рязанском историко-архитектурном музее-заповеднике) или аудиовизуального действия («Музей одной картины» в Пензе).

5.4 МЕТОДЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ЭКСПОЗИЦИИ

Нетрудно заметить, что материал в экспозиции может группироваться по-разному. Иногда он воспроизводит интерьер усадьбы или фрагмент природной среды, а иногда определенным расположением предметов экспозиционеры стремятся раскрыть какой-то сюжет или, например, наглядно продемонстрировать многообразие форм и других характеристик однородных предметов. Научно обоснованный, исходящий из содержания экспозиции, порядок группировки и организации экспозиционных материалов называется **методом построения экспозиции**. В отечественном музееведении традиционно выделяют следующие основные методы экспонирования: систематический, ансамблевый, ландшафтный и тематический. Этим методам соответствуют систематическая, ансамблевая, ландшафтная и тематическая экспозиции.

Первыми экспозициями, в основу которых легли научные принципы организации материала, стали **систематические экспозиции**. Их появление в конце XVIII — первой половине XIX в. было связано с бурным развитием процесса дифференциации в сфере науки и созданием профильных музеев. Систематический метод экспонирования предусматривает отбор, размещение и интерпретацию однородных предметов в соответствии с классификационной системой конкретной научной дисциплины или отрасли производства. Основная структурная единица систематической экспозиции — типологический (системный) ряд; он позволяет показать биологическую, технологическую, эстетическую и другие виды эволюции предметов. Наиболее часто систематический метод экспонирования применяется в естественнонаучных, научно-технических, археологических и этнографических музеях, в музеях декоративно-прикладного искусства, а также в фондовых выставках музеев иных профилей.

Ансамблевая экспозиция сохраняет или реконструирует на основе достоверных научных данных реально существовавшую или типичную для определенной эпохи социокультурную обстановку. Ансамблевая экспозиция характерна для мемориальных музеев, для музеефицированных памятников истории и культуры — дворцов, усадеб, крестьянских изб. Ее примером могут служить исторические интерьеры или их фрагменты, воссоздаваемые в музеях не только гуманитарного, но и естественнонаучного профиля.

Структурной единицей ансамблевого показа является экспозиционный комплекс, который сохраняет или реконструирует существовавшую среду бытования музейных предметов. Он может состоять из различных экспонатов —

Музееведение

орудий труда, оружия, одежды, мебели, изделий декоративно-прикладного искусства, изобразительных и письменных материалов. Поскольку в этом комплексе воспроизводятся реальные или типичные связи и отношения между предметами, по своему содержанию и в зрительном восприятии он представляет собой законченное целое.

При воссоздании художественной ансамблевой экспозиции в качестве связующего звена, которое позволяет объединить в единое целое картины, скульптуру, мебель, предметы декоративно-прикладного искусства, обычно выступают стилистические особенности экспонатов.

В мировой музейной практике именно ансамблевые экспозиции получили наибольшее распространение, поскольку они легко воспринимаются посетителями, вызывают непосредственный интерес и оказывают сильное эмоциональное воздействие. Многие музеи почти все свои экспозиционные площади используют под воспроизведения жилых и производственных интерьеров.

Параллельно с ансамблевыми формировались и **ландшафтные экспозиции**, воссоздающие взаимосвязи и взаимозависимость природных компонентов. Их основная структурная единица — биогруппы и ландшафтные диорамы.

Элементы ландшафтного метода экспонирования в виде биогрупп появились в естественнонаучных музеях в середине XIX в. **Биогруппа** (биологическая группа) представляет собой экспозиционный комплекс из объектов животного и (или) растительного мира. Часто понятие «биогруппа» относится к научной таксидермической композиции, которая представляет животных в среде обитания.

Таксидермия (от греч. taxis — устройство и derma — кожа) — вид деятельности, включающий консервацию и реконструкцию объектов животного мира. Современная таксидермия из ремесла по изготовлению чучел переросла в искусство. Но искусство это — особого рода: условность и декоративность здесь недопустимы, поскольку естественнонаучные музеи призваны популяризировать достоверные и научно объективные сведения.

К концу XIX в. в практику естественнонаучных музеев вошли панорамы и диорамы, ставшие характерными приемами ландшафтного метода экспонирования. **Панорама** (от греч. pan — все и horama — вид, зрелище) представляет собой больших размеров лентообразную картину, которая натянута по внутренней поверхности цилиндрического подрамника и сочетается с расположенным перед ней по кругу «предметным» планом — макетами, сооружениями, фигурами. Панорама создает иллюзию реального пространства, окружающего зрителя, располагается в круглом строении и рассматривается с площадки, находящейся в его центре. Первая панорама была создана ирландским художником Р. Баркером в 1787 г. и представляла собой круговое изображение города Эдинбурга.

В отличие от художественной панорамы, где живопись подчиняет передний натурный план, в ландшафтной панораме пейзаж служит только вспомогательным средством, которое вводит зрителя в место обитания животных. Передний же план занимают документальные материалы — чучела животных, гнезда птиц, растительность, рельеф местности.

В то время как панорама вводит зрителя будто бы в центр изображаемого события и позволяет осуществлять круговой обзор, **диорама** (от греч. dia — сквозь и horama — вид) дает возможность рассматривать изображение только со стороны окна (за исключением трехсторонних, так называемых альковных

Музееведение

диорам). Она охватывает лишь часть горизонта и может располагаться на стене как полукруглого, так и прямоугольного помещения. Поэтому диорамы, не требующие столь больших площадей, как панорамы, получили в естественнонаучных музеях гораздо более широкое распространение.

В первой трети XIX в. ландшафтный метод экспонирования стал практиковаться во многих музеях мира. В России первая ландшафтная экспозиция была построена в 1930 г. в Московском областном краеведческом музее (г. Истра). С 1970-х гг. ландшафтный метод стал преобладающим в региональных естественнонаучных музеях и отделах природы краеведческих музеев.

Тематической называют экспозицию, которая посредством экспозиционных материалов раскрывает определенную тему, сюжет, проблему, создает музейный образ отражаемых событий или явлений. В структурном отношении она представляет собой систему взаимосвязанных и соподчиненных разделов и тем, содержание которых обосновано концепцией. В исторических музеях разделам обычно соответствуют исторические периоды. Основной структурной единицей тематической экспозиции является тематико-экспозиционный комплекс, представляющий собой группу предметов разных типов — вещи, документы, изобразительные материалы. В отличие от систематической и ансамблевой экспозиции их объединяют не типологические признаки и не реальные или типичные связи в среде бытования, а исключительно содержательная сторона, способность выступать в качестве наглядного подтверждения определенного концептуального положения.

Первыми во второй половине 1920-х гг. тематический, или комплексно-тематический метод экспонирования стали разрабатывать историко-революционные музеи применительно к своей тематике — классовой борьбе, экономической и политической истории. С 1930-х гг. он стал преобладающим методом экспонирования в советских музеях; в настоящее время является ведущим главным образом для исторических и краеведческих музеев.

Следует иметь в виду, что все перечисленные методы экспонирования нередко интегрируются: систематическая экспозиция может сочетаться с ансамблевой и ландшафтной экспозицией, тематическая может включать элементы не только ансамблевой, но и систематической экспозиции. Выбор методов экспонирования зависит от многих факторов, в том числе от профиля музея, от темы и целевых установок создающейся экспозиции, специфики коллекций, размеров экспозиционных площадей.

Лекционное занятие №6

«КУЛЬТУРНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МУЗЕЕВ»

Понятие «культурно-образовательная деятельность» получило распространение в отечественном музееведении с начала 1990-х гг., и его активное использование было вызвано появлением новых подходов в работе с музейными посетителями. На рубеже 1950-х — 60-х гг. к советским музеям стал постепенно возвращаться утраченный в 1930-е гг. статус научных учреждений. Эти изменения отразились в терминологии, обозначающей одно из важнейших направлений музейной деятельности: вместо понятия «просветительная работа» стал употребляться термин «научно-просветительная работа». Его содержательная сторона означала, что свою образовательно-воспитательную функцию музей осуществляет на основе научных исследований, что теперь он распространяет знания, в основе которых лежит музейный предмет.

Но, несмотря на активизацию научной деятельности, музей продолжал оставаться идеологическим учреждением, строившим свою работу в соответствии с директивными указаниями руководящих органов и постановлениями ЦК КПСС «О повышении роли музеев в коммунистическом воспитании трудящихся» (1964) и «О повышении идейно-воспитательной работы музеев» (1982). Вплоть до конца 1980-х гг. научно-просветительная работа должна была проводиться в соответствии с так называемыми «ленинскими принципами коммунистической пропаганды». Ее основными задачами являлись «распространение марксистско-ленинской идеологии и формирование коммунистического мировоззрения, воспитание коммунистического отношения к труду, пропаганда идей интернационализма и патриотизма, формирование нравственных качеств личности, эстетическая пропаганда, борьба против буржуазной и ревизионистской идеологии».

Вместе с «перестройкой» и сменой идеологических парадигм из музейной лексики, касающейся научно-просветительной работы, постепенно исчезли такие термины как «пропаганда», «массовость», «идейное воспитание». Музей стал рассматриваться как средство уже не «эстетической пропаганды», а развития эстетического вкуса и творческого воображения, как средство формирования не «коммунистического мировоззрения», а ценностного отношения к историко-культурному наследию. Стала завоевывать прочные позиции новая концепция образовательной деятельности, которая к тому времени уже получила широкое распространение в зарубежной музейной практике и основывалась на представлении о музее как коммуникационной системе. Согласно этой концепции, задачи музея не сводятся лишь к передаче информации о том или ином явлении и процессе; он должен обращаться и к внутреннему миру посетителя, воздействовать на его чувственно эмоциональную сферу.

Отказ от прежней жесткой идейно-информативной направленности менял и характер взаимоотношений между музеем и посетителем. Суть музейно-образовательного процесса представлялась теперь иной; посетитель воспринимался уже не как объект воспитательного воздействия, а как равноправный собеседник, следовательно, общение музея с аудиторией приобретало форму диалога.

В связи с новым пониманием сути взаимоотношений музея и посетителя возник термин «культурно-образовательная деятельность», подразумевающий

образование в пространстве культуры. При этом понятие «образование» трактуется широко и предполагает развитие ума и интеллекта человека, его душевных и личностных качеств, ценностных отношений к миру. Теоретическую и методическую основу культурно-образовательной деятельности составляет музейная педагогика; она создает новые методики и программы работы с посетителями, изучает воздействие на них различных форм музейной коммуникации.

Термин «культурно-образовательная деятельность» пришел на смену таким понятиям, как «массово-просветительная работа», «популяризация», «научная пропаганда». Что же касается понятия «научно-просветительная работа», то оно продолжает употребляться в музейной практике и в наши дни, однако в нем уже нет прежней идеологической составляющей. Вместе с тем сосуществование терминов «культурно-образовательная деятельность» и «научно-просветительная работа» в определенной степени свидетельствует об отсутствии в музейной сфере единого понимания того, ради чего музей встречается со своими посетителями.

6.1 ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ КУЛЬТУРНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МУЗЕЕВ

Экскурсия (от лат. *excursio* — поездка) как форма презентации коллекций уходит своими корнями в глубокую древность. Напомним, что уже в античных храмах специальные служители рассказывали посетителям об истории и художественных достоинствах предметов. В эпоху Возрождения любознательную публику из числа знатных и высокопоставленных особ знакомили с собранием кабинетов и галерей, как сами владельцы, так и состоявшие у них на службе хранители. Эти традиции работы со зрителем получили дальнейшее развитие в эпоху Просвещения, когда закрытые собрания начали превращаться в публичные музеи.

Согласно современным представлениям, «экскурсия — коллективный осмотр музея, достопримечательного места, выставки, объекта природы и т. д. по определенному маршруту под руководством экскурсовода с познавательными, образовательными, научными и воспитательными целями, а также для удовлетворения эстетических потребностей при использовании свободного времени».

Музейные экскурсии достаточно разнообразны и различаются по месту проведения и объектам показа, по характеру тематики, по целевой направленности, по составу экскурсантов.

Экскурсии могут проводиться в здании музея — **по экспозиции, выставкам, открытому хранению фондов**, а также за пределами музейного здания — **по памятникам и памятным местам**. Практикуются также **комплексные экскурсии**, которые объединяют единой темой показ музейной экспозиции и памятников, находящихся в естественных условиях.

По характеру тематики выделяют обзорные экскурсии и экскурсии на темы профильной дисциплины. **Обзорные экскурсии** предназначены для посетителей, впервые пришедших в музей и желающих получить общее представление о его истории и коллекциях. Обычно эти посетители — туристы, располагающие ограниченным количеством времени. Сведения, сообщаемые им во время обзорной экскурсии, носят информационный характер и кратко знакомят с историей и содержанием музейного собрания, основными разделами музейной экспозиции и отдельными выдающимися экспонатами.

Экскурсии на темы профильной дисциплины в музейной практике чаще называют тематическими, что в действительности некорректно, поскольку всякая экскурсия имеет тему. Этот тип экскурсии, в отличие от обзорной, наиболее детально раскрывает одну тему или проблему. Иногда в музеях проводятся циклы экскурсий, связанные определенной проблематикой и предназначенные для постоянной группы посетителей.

По целевой направленности различают **культуно-образовательные (общеобразовательные) экскурсии и учебные**, непосредственно связанные с программами различных учебных заведений. К числу последних относят и **методические экскурсии** для музейных работников, которые знакомят с принципами построения экспозиции, особенностями хранения фондов, проведения экскурсий.

По составу экскурсантов выделяют экскурсии для детской или взрослой аудитории, для туристов или для местных жителей, для групп однородных или разнородных по составу (например, для родителей с детьми).

Важнейший критерий профессионализма экскурсовода — это свободное владение темой. Любая допущенная им ошибка или неточность способны вызвать недоверие группы и сомнение в компетентности ее руководителя. Однако в экскурсии важна не только содержательная часть, но и форма подачи материала. В тех случаях, когда она строится не на основе диалога, а на принципах обучающей дидактики, человек, как правило, теряет к ней интерес.

Экскурсия должна быть адресной и проводиться на основе дифференцированного подхода к группе. Заученный текст, произнесенный с монотонной интонацией безотносительно к аудитории, которой он адресован — школьникам, туристам, специалистам, коллегам, — производит крайне неприятное впечатление, резко снижает интерес экскурсантов. Между тем способность устанавливать контакт с аудиторией и умение корректировать свой рассказ и действия в зависимости от ее реакции являются очень важными показателями мастерства экскурсовода.

Каждая экскурсия состоит из трех частей: вступительной беседы, основной части и заключительной беседы. Представившись группе, экскурсовод выясняет для себя состав аудитории, сообщает краткие сведения о музее, о теме экскурсии и порядке ее проведения. Во вступительной беседе важен не объем сообщаемой информации, а умение экскурсовода расположить к себе людей. Этому способствует его приветливость, доброжелательность, непринужденность во взаимоотношениях с аудиторией, готовность учитывать ее интересы и пожелания.

Установленные во время вступительной беседы контакты необходимо сохранять и поддерживать на протяжении всей экскурсии. Например, продолжительные переходы от одного объекта осмотра к другому следует использовать не в качестве перерыва в работе, а для ответа на вопросы и беседы с отдельными членами группы. Отчужденность и уединение экскурсовода производят неблагоприятное впечатление.

В заключительной беседе, которая традиционно состоит из ответов на вопросы, экскурсоводу следует кратко обобщить содержательную сторону экскурсии, сконцентрировав внимание экскурсантов на главном, поинтересоваться их впечатлениями от только что увиденного и услышанного, постараться закрепить в них положительные эмоции, с которыми человек и должен покидать музей.

Лекция принадлежит к числу давних и традиционных форм культурно-образовательной деятельности. Ее тематика связана с профилем музея или с

Музееведение

использованием музейных материалов. В то время как в экскурсии приоритетным является зрительное восприятие, в лекции оно играет второстепенную роль, а на первый план выдвигается рациональное восприятие. Основная цель лекций — донести до слушателей теоретический материал, сопроводив его материалами музейных коллекций; очень часто это копии или дубликаты музейных предметов, иллюстрации, фотографии, слайды. Музейные предметы, если и не демонстрируются во время лекций, то присутствуют «незримо» — их описание и характеристика включаются в содержание лекции.

В музейной практике получили распространение такие формы лекционной работы, как **тематические циклы лекций, лектории выходного дня, выездные лекции** для различных групп населения.

Традиционной, хотя и не широко распространенной формой культурно-образовательной деятельности являются **консультации**, которые проводятся в экспозиции или в научных отделах по интересующему посетителя вопросу. Консультант в залах российских музеев, в отличие от зарубежной практики, — явление достаточно редкое, между тем потребность в нем постоянно растет в связи с увеличением потока индивидуальных посетителей.

В последние годы в экспозициях ряда музеев страны появились компьютерные справочно-информационные программы, позволяющие найти ответы на самые разнообразные вопросы. Одним из первых новые технологии в работе с посетителями стал использовать Дарвиновский музей, установивший в своих залах компьютерные терминалы, объединенные в единую сеть. Обратившись к компьютерам, можно не только узнать о структуре экспозиции, но и получить справку о любом экспонате. Существуют и программы, дополняющие содержание экспозиции. Например, программа «Мезозой — эпоха динозавров», относящаяся к разделу «Развитие жизни на земле», сообщает интересные сведения о том, кто такие динозавры, когда и где они жили, чем питались, как заботились о потомстве и многое другое. Она построена в форме игры: доступ к информации открывается лишь после ответов на простейшие вопросы. С помощью справочных программ посетитель может побывать на виртуальной экскурсии, получив при этом тот объем информации, который ему нужен. Программа, посвященная фондам музея, позволяет заглянуть в музейные хранилища и познакомиться с наиболее интересными музейными предметами.

Возможности для выявления и развития творческих способностей личности дают такие формы культурно-образовательной деятельности, как **кружки, студии, клубы**. **Кружок** обычно представляет собой небольшую группу детей или подростков, объединенных по интересам и работающих под руководством музейного сотрудника. В кружках исторического профиля ребята изучают исторические события, биографии выдающихся людей; в художественно-технических кружках — изготавливают модели, занимаются рисованием, лепкой, декоративно-прикладным искусством; в кружках музееведческого профиля готовятся стать экскурсоводами и исследователями. В работе кружков познавательные элементы сочетаются с творческими: участники делают зарисовки музейных предметов, иллюстрируют исторические события, создают необходимый реквизит для театральных постановок и пр. Почти все кружки прививают навыки музейной работы.

Близкая к кружку форма — **студия**; ее цель заключается в эстетическом развитии детей и взрослых, раскрытии их способностей к художественному творчеству. Например, при Вологодском музее-заповеднике уже много лет существует студия «Роспись по дереву», где опытные профессионалы обучают

Музееведение

всех желающих традиционному мастерству украшения деревянных изделий — ложек, досок, мисок, туесков, ваз. Музейные коллекции предметов крестьянского быта являются той основой, на которой строится программа студии; при этом изучаются и включаются в методику обучения приемы старых мастеров.

С материалами экспозиции тесно связана и программа занятий в изостудии Дарвиновского музея, рассчитанная на несколько лет. Наряду с анималистическим жанром, который изучается во всем разнообразии его возможностей — от иллюстрации в детской книге до монументального панно, — учащиеся знакомятся с историей искусства, осваивают приемы композиции, технику рисунка и живописи. Особая роль отводится экологическому воспитанию.

Клуб, в отличие от кружков и студий, осуществляет свою деятельность путем самоорганизации. Им обычно руководит избранный его членами Совет, в состав которого входят и научные сотрудники музея; они же являются консультантами и руководителями существующих при клубе кружков и секций. Клубы разрабатывают положения (уставы) и программы, которые предусматривают как секционные занятия, так и общие мероприятия, в которых принимают участие все члены клуба — собрания, лекционные и семинарские курсы, встречи, тематические вечера, конференции.

Музей предоставляет своим клубам помещение, оборудование, консультации, помогает в организации выставок, собранных любителями коллекций, позволяет работать с музейными фондами. Привлекательность клуба заключается в том, что он создает оптимальные условия для неформального общения людей, имеющих одинаковую направленность интересов, способствует развитию художественного, научного или технического творчества с учетом индивидуальных влечений человека. Тематика клубов весьма разнообразна. Наиболее распространены клубы краеведов, любителей старины, ветеранов Великой Отечественной войны, коллекционеров — нумизматов, филателистов, фалеристов.

Проводимые музеями **конкурсы, олимпиады, викторины** организуются таким образом, чтобы приобщить участников к знакомству с музейными коллекциями и музейной работой, стимулировать их стремление к приобретению знаний и умение самостоятельно мыслить. Задания участникам даются самые разнообразные, их выполнение требует знания, как фактического материала, так и экспозиционного. Жюри оценивает не только правильность ответов участников соревнований, но и их умение отстаивать свою точку зрения и вести дискуссию.

В музей приходят не только за знаниями, но также ради отдыха и развлечений. Для удовлетворения этой рекреационной потребности посетителей музей использует такие культурно-образовательные формы, как **встреча с интересным человеком, концерты, литературные вечера, театрализованные представления, кинопросмотры**. Огромную известность приобрели, например, «Декабрьские вечера», которые вот уже более двадцати лет организуются в Государственном музее изобразительных искусств им. А.С. Пушкина.

Потребностям людей в рекреации отвечает и **музейный праздник**, представляющий собой комплексную форму культурно-образовательной деятельности, в которой единой темой объединены элементы экскурсии, тематического вечера, театрализованного представления и пр. Он проводится музейными специалистами на основе тщательно разработанного сценария и при участии творческих работников театра, музыкальных учреждений, художественной самодеятельности, радио, кино, телевидения. Музейные праздники бывают фольклорными, литературными, календарными, военно-историческими; они могут

Музееведение

отличаться друг от друга как сюжетной стороной, так, методами организации. Однако для музейного праздника, чтобы он имел основание называться таковым, обязательно присутствие музейных предметов, активное участие посетителей, использование элементов театрализации и игровых эпизодов, соблюдение ритуальности и праздничных атрибутов, то есть необходимо сочетание двух условий — «музейности» и «праздничности».

Культурно-образовательная деятельность может осуществляться как в стенах музея, так и за его пределами. Внемузейные формы работы — лекции, передвижные выставки — предполагают использование музейных материалов обычно в виде копий или дубликатов музейных предметов.

Наряду с простыми формами культурно-образовательной деятельности в музейной практике получили распространение и комплексные, которые объединяют единой темой несколько форм, например, лекцию и концерт, экскурсию и литературный вечер. Явственно обозначилась тенденция к использованию так называемых цикловых форм, предназначенных для постоянной аудитории. Это не только циклы экскурсий, лекций, тематических вечеров, но и циклы, объединяющие разные жанры — экскурсии, лекции, встречи, концерты и пр.

Для того, чтобы культурно-образовательная деятельность была эффективной, музею необходимо изучать и учитывать интересы и потребности своей аудитории, обеспечивать «обратную связь», позволяющую корректировать как процесс создания экспозиции, так и процесс ее восприятия.

6.2 МУЗЕЙНАЯ АУДИТОРИЯ И ЕЕ ИЗУЧЕНИЕ

Совокупность людей, включенных в сферу культурно-образовательной деятельности музея, называют **музейной аудиторией**. Это понятие объединяет не только реальных посетителей, пришедших в конкретный музей, но и потенциальных его посетителей, то есть людей, которые вообще ходят в музеи.

Музейная аудитория характеризуется по ряду параметров. Ее социально-демографический анализ предполагает выделение таких признаков, как образовательный уровень, род занятий, пол, возраст, место жительства. Каждый из этих признаков необходимо принимать во внимание при работе с реальными и потенциальными посетителями, но, как показывают исследования, отношение к музею, его экспозиции и программам определяется, прежде всего, образовательным уровнем человека.

С точки зрения частоты посещения музея аудитория может характеризоваться как нестабильная или постоянная. Наличие у музея постоянного контингента посетителей — показатель успешности его деятельности и важный фактор дальнейшего развития. Музейная аудитория исследуется и в отношении направленности ее интересов на определенные формы культурно-образовательной деятельности музея, и в этом случае можно говорить об аудитории выставок или лекториев, тематических вечеров и концертов, посетителях «выходного дня» и пр.

Важным параметром характеристики музейной аудитории является степень ее подготовленности и предрасположенности к восприятию, что иногда обозначается понятием «музейная культура посетителя». Речь идет об умении человека ориентироваться в музейной среде и воспринимать специфический музейный язык. Критериями оценки музейной культуры могут служить частота и избирательность посещения музеев, целенаправленный осмотр экспозиций и

Музееведение

памятников, наличие предварительной информации о музее, полученной из книг, статей, радиопередач, телепередач и других источников.

При анализе музейной аудитории важно учитывать обстоятельства посещения музея, то есть самостоятельно приходит человек в музей или же посещает его организованно в составе экскурсионной группы, как участник культурно-образовательного мероприятия.

Для получения всех этих данных, с разных сторон характеризующих музейную аудиторию, необходимы социологические исследования. Одни из них выявляют динамику посещаемости и факторы, обуславливающие приток различных групп посетителей, другие изучают интерес людей к экспозиционной тематике и отдельным музейным предметам, третьи анализируют особенности восприятия экспозиции, эффективность конкретных экспозиционных решений и форм культурно-образовательной деятельности. Результаты исследований позволяют совершенствовать методику музейной работы, вырабатывать рекомендации по планированию и управлению деятельностью музеев.

Социологические исследования проводятся на основе специально разработанных методов, которые выбираются в зависимости от поставленных целей и задач. Значительный объем достоверной информации позволяет собрать **анкетный опрос**, который проводится как среди всей музейной аудитории, так и среди различных групп посетителей. При этом могут опрашиваться, например, только экскурсанты или индивидуальные посетители, местные жители или туристы. Вопросы, поставленные в анкете, могут уточняться или углубляться с помощью **интервью**, которое используется и в качестве основного метода сбора информации, например, о восприятии экспозиции и экскурсии. Оно может сочетаться **с визуальным наблюдением за осмотром экспозиции**, и тогда появляется возможность выяснить глубинные реакции посетителей.

В то время как социологические исследования в самом музее характеризуют интересы и запросы реальной аудитории, **анкетирование местных жителей** направлено на изучение потенциальной аудитории. Компетентное суждение о состоянии и перспективах деятельности музея могут дать **опросы экспертов**, в качестве которых выступают лица, связанные с музеем по роду своих занятий и профессиональных интересов — музейные работники, педагоги, деятели культуры. На основе обобщения результатов исследований разрабатываются конкретные меры, направленные на совершенствование работы с музейной аудиторией.

В зарубежных музеях изучению «обратной связи» уделяется большое внимание. Наибольший размах эта работа приобрела в США, Канаде, Великобритании, Франции, Германии, где проводятся долговременные и систематические исследования. Например, во Франции в 1991 г. по решению Управления музеев был разработан проект постоянного изучения посетителей в сорока музеях. Во многих музеях существуют специальные подразделения, анализирующие музейную аудиторию, — отделы маркетинга и связей с общественностью. Структуры, занимающиеся исследованием, музейной аудитории, создаются, на государственном уровне, — Ассоциация изучения посетителей (Канада), Комитет по исследованию посетителя и оцениванию (США), Международная лаборатория изучения посетителей в Висконсинском университете (США).

В последнее десятилетие минувшего столетия содержательная сторона культурно-образовательной деятельности российских музеев претерпела серьезные изменения в концептуальном плане. Согласно новым представлениям,

задачи музея не должны сводиться к передаче суммы знаний о явлениях, процессах, фактах и музейных предметах. Обращение к внутреннему миру музейного посетителя, воздействие на его чувственно-эмоциональную сферу, погружение его в историческую среду, включение его воображения и ассоциативного восприятия — такими стали приоритеты новой концепции культурно-образовательной деятельности музеев. Человек, пришедший в музей — не объект воспитательного воздействия, а равноправный собеседник, поэтому общение музея с аудиторией должно выстраиваться в форме не монолога, а диалога.

6.3 МУЗЕЙНАЯ ПЕДАГОГИКА

Понятие «музейная педагогика» было сформировано и введено в научный оборот в начале XX века в Германии. Его разработка связана с именами А. Лихтварка, А. Рейхвена, Г. Фройденталя.

Первоначально оно трактовалось как направление музейной деятельности, ориентированное преимущественно на работу с учащимися. На конференции «Музей как образовательное и воспитательное учреждение», которая состоялась в Мангейме в 1913 году, А. Лихтварк первым сформулировал идеи об образовательном назначении музея и предложил новый подход к посетителю как участнику диалога. Реализуя на практике метод «музейных диалогов», он впервые обосновал роль посредника, который помогает посетителю в общении с искусством, развивая способность видеть и наслаждаться художественными произведениями (впоследствии такой посредник и получил имя музейного педагога). Как особая область знаний и исследований музейной педагогики начинает формироваться в 1960-е годы, чему способствовали процессы возрастания социальной роли музейной педагогики в обществе и его демократизации, благодаря чему работа с аудиторией перестала рассматриваться как второстепенная. Большой вклад в развитие музейной педагогики на втором этапе внесли немецкоязычные страны, где появляется ряд музейно-педагогических центров:

Рабочая группа музейной педагогики (первоначально «Музейная школа» в Восточном Берлине (1963) с собственным печатным органом «Школа и музей в единой образовательной системе ГДР»;

Внешняя служба государственных музеев Прусского культурного наследия в Западном Берлине (1961);

Внешняя служба Кельнских музеев (1965);

Художественно-педагогический центр Германского национального музея в Нюрнберге(1965);

Музейно-педагогический центр в Мюнхене (1971), который издает журнал «Школа и музей» и другие.

Деятельность центров, которая имела в целом практический характер, привела все же к активизации научных исследований, что и обусловило появление впоследствии новой науки. Для формирования представления о предмете музейной педагогики и ее понятийного аппарата серьезное значение имела состоявшаяся в 1970-1980 годах дискуссия, в которой приняли участие ведущие западногерманские музееведы Р.Ромедер, А.Кунц, В. Клаузевиц и другие. Ее основным итогом стали расширительная трактовка музейной педагогики и осознание ее связи с исследовательской, экспозиционной, собирательской работой музеев.

Музееведение

Краткий экскурс в музейную педагогику Германии показал, что эволюция этого понятия такова: от обозначения определенного вида деятельности до названия научной дисциплины.

В нашей стране понятие музейной педагогики начало употребляться с начала 1970 годов и постепенно получало все большее распространение. Авраам Моисеевич Разгон в 1982 году на конференции в Иваново «Музей и школа» первым сказал о том, что создание такой научной дисциплины, как музейная педагогика, «находящейся на стыке целого комплекса наук, ныне представляется уже не какой-то отдаленной перспективой, а насущной практической задачей». Ее выделение в относительно самостоятельную научную дисциплину было продиктовано необходимостью теоретического осмысления образовательной деятельности музеев и повышения ее качественного уровня, в частности, на основе достижений смежных наук. Для разработки музейной педагогики имелись серьезные исторические предпосылки. По существу, отечественная теория музейной педагогики начала формироваться в конце XIX-го начале XX-го веков, получив наиболее полное обоснование в трудах основоположников русской экскурсионной школы (Н.А. Гейнике, И. М. Гревс, Б.Е. Райков) и сторонников широкого использования в целях образования педагогических, школьных и детских музеев (М.В. Новорусский, В. Коховский, М.С. Страхова, Н.А. Флеров, Ф. И. Шмит, Н. Д. Бартрам, А.У. Зеленко), а также в целостной системе эстетического воспитания в художественных музеях, созданной А.В. Бакушинским и его последователями. В период становления музейной педагогики как научной дисциплины их взгляды, обогащенные сформировавшейся к концу 1980-х годов концепцией нового педагогического мышления, в основе которого лежали идеи гуманизации и гуманитаризации образования через обращение к мировой культуре, истории, духовным ценностям, стали особенно актуальными.

Современная музейная педагогика развивается в русле проблем музейной коммуникации и направлена в первую очередь на решение задач активизации творческих способностей личности. С этой целью разрабатываются разнообразные методики работы с посетителями, изменяющие их роль и позиции в музейно-педагогическом процессе.

Несмотря на утверждение идей дифференцированного подхода к различным категориям посетителей, основное внимание музейной педагогики по-прежнему сосредоточено на детской и подростковой аудитории. Ведущей тенденцией музейной педагогики становится в этой связи переход от единичных и эпизодических контактов с посетителем к созданию многоступенчатой системы музейного образования, приобщения к музею и его культуре.

6.4 НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ МУЗЕЙНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Стратегическим направлением развития современной системы образования является решение проблемы личностно-ориентированного образования, направленного на поиск средств и методов, соответствующих индивидуальным запросам каждого человека и создающих оптимальные условия для его самореализации.

Согласно такому подходу, основными задачами образовательных учреждений, в том числе культурно-образовательных, является формирование у людей способности адаптироваться к меняющимся жизненным ситуациям, самостоятельно приобретать знания и применять их на практике, а также работать сообща, творчески взаимодействуя друг с другом и избегая при этом конфликтов.

Музееведение

При традиционном подходе к образованию, основанном на репродуктивном усвоении знаний, выполнение этих задач затрудняется, поскольку, как правило, речь здесь идет о том, чтобы обучающиеся попросту заучивали те или иные мысли, положения, выводы, что в конечном итоге приводит к подмене мышления памятью и к превращению процесса образования в накопление неупорядоченных знаний. Современная педагогика пытается решить эти задачи с помощью новых педагогических технологий: игровых, проектных, обучения в сотрудничестве и др.

Образовательная деятельность современного музея также перестраивается, воспринимая технологические инновации педагогики развития. В то же время внедрение в область культурно-образовательной работы музея новых технологий определяется изменениями в музейной аудитории, которые произошли на рубеже XX и XXI столетий.

Для современного человека стала особенно важна атмосфера музея: он хочет видеть вокруг себя ухоженное и приспособленное для пребывания в нем, а главное «доброжелательное» по отношению к посетителю пространство.

Одновременно в аудитории рубежа веков возросла доля посетителей, прежде всего из числа подростков и молодых людей, которые привыкли пользоваться новыми техническими средствами, слушать интерактивное радио, смотреть интерактивные телепрограммы, наконец, пользоваться Интернетом и заходить на музейные сайты – словом, жить в интерактивном пространстве.

Наконец, бурное распространение информационных технологий и значительное расширение книжного рынка способствовали изменению мотивации посещения музея людьми. Все большее значение для аудитории приобретает его досуговая функция. Поэтому современный музей больше не может работать исключительно в режиме трансляционной модели, предлагая аудитории традиционные экскурсии и лекции. В борьбе за посетителя он все большее внимание уделяет рекреационным программам.

Итак, изменения в общей концепции образования и в музейной аудитории, в требованиях и ожиданиях людей диктуют необходимость перемен – использование новых образовательных технологий. Они получают конкретное воплощение в формах культурно-образовательной работы с аудиторией.

Формы культурно-образовательной деятельности, с одной стороны, устойчивы, а с другой – подвижны. Модификация форм осуществляется через технологию синтеза, которая предполагает их использование в новых, подчас непривычных, сочетаниях.

Разнообразные формы работы с посетителями можно свести к нескольким базовым. Они-то и служат материалом для постоянного обновления работы с аудиторией. К числу таковых отнесем следующие: экскурсия, лекция, консультация, научные чтения (конференции, сессии, заседания), клуб (кружок, студия), конкурс (олимпиада, викторина), встреча с интересным человеком, концерт (литературный вечер, театрализованное представление, киносеанс), музейный праздник, историческая игра.

Перечисленные базовые формы предполагают главным образом пассивное участие аудитории. Однако среди традиционных форм есть и такие, которые направлены на включение людей в активную деятельность. Это клуб, кружок, студия. Активность аудитории является их общим признаком, хотя это качество проявляется в них с различной степенью интенсивности. Такие формы открывают огромные возможности для применения технологии «обучение в сотрудничестве».

Конкурсы, олимпиады, викторины, связанные с тематикой музея, тоже относятся к формам, которые являются средством выявления активности

Музееведение

аудитории, объединяя знатоков и приобщая людей к работе музея. Эти соревнования организуются таким образом, чтобы максимально приблизить посетителей к музейным коллекциям: как правило, задания предполагают знание не только фактов, но экспозиций и демонстрируемых экспонатов.

К формам, которые в большей степени ориентированы на удовлетворение потребности людей в рекреации, можно отнести встречу с интересным человеком. Актуализация этой формы приходится на 1960-1970-е гг., когда начались процессы освобождения музея от оков идеологизации и политизации и одновременно наметился рост его посещаемости. Людей привлекали не только коллекции, но и возможность общения, личной встречи с замечательной личностью – участником события, знатоком темы, коллекционером.

Удовлетворению потребности в рекреации соответствуют и такие формы, как концерт, литературный вечер, театрализованное представление, кинопросмотр. Как и большинство базовых форм, они, прежде всего концерты и литературные вечера, всегда были частью жизни музея. Однако подлинно музейное значение эти формы приобретают тогда, когда с их помощью воплощается идея синтеза предметной среды и искусства. Интерес к ним публики и самих музеев свидетельствует о признании значимости непредметных форм бытования культурного наследия, к которым можно отнести и духовный опыт человека, и звучащее слово, и музыку, и кинофильм.

В ответ на проявление столь значительного интереса возникли новые формы культурно-образовательной деятельности, которые преимущественно опирались на нематериальное наследие и одновременно свидетельствовали об утверждении коммуникативной модели. Они учитывали потребность людей в рекреации – общении, культурно насыщенном отдыхе, реализации творческой энергии, а также утверждали приоритет эмоционального воздействия музея на человека. К таким формам, прежде всего, относится музейный праздник.

Внедрение праздника в сферу музейной деятельности обычно относят к 1980-м годам, что позволяет считать его новой формой. Однако у нее были предшественники. Это чрезвычайно распространенные еще 1950-х годах ритуалы: прием в пионеры и комсомол, вручение паспортов, посвящения в рабочие и студенты, которые проходили в залах музея и сопровождались торжественным выносом реликвий. И все же только с акциями 1980-х и последующих годов связывается термин «праздник», закреплявший нечто общее, что было присуще всем этим действиям. Общность и новизна заключаются в неформальной атмосфере праздничности (что отличает эту форму от прежних церемоний), в эффекте личной причастности, соучастия в происходящем благодаря театрализации, игре, непосредственному общению с «персонажами» праздника, применению особой атрибутики.

Историческую игру ни в коей мере нельзя назвать экскурсией (или занятием) с использованием игровой методики. Ее особенность заключена в том, что она построена на ролевом поведении участников, предоставляет возможность погружения в прошлое, обретения опыта непосредственного соприкосновения с историческими реалиями. Это делает историческую игру не похожей ни на какую другую форму, что служит основанием для выделения ее в качестве самостоятельной. Она столь же перспективна, сколь и сложна по исполнению, ибо требует наличия целого ряда условий и компонентов: особого пространства, специальных атрибутов (включая костюмы), хорошо подготовленного, обладающего актерскими способностями руководителя, наконец, желания и способности аудитории включиться в игру, принять ее условия.

Музееведение

Формы культурно-образовательной деятельности могут быть адресованы разнородной аудитории, какой, к примеру, является семья. Наряду с этим многие формы ориентируются на однородную аудиторию. Классическим примером в этом отношении являются школьники, для которых разрабатываются экскурсии и циклы лекций, организуются кружки и конкурсы, проводятся «Дни школьника», декады «Музей и дети». В последние годы активно заявляют о себе и другие социальные общности, которые стимулируют возникновение новых форм работы с однородной аудиторией. Это, например, землячества, которые благодаря музею могут ощутить свое культурное и социальное единство, рассказать обществу о собственных ценностях и тем самым в какой-то степени способствовать разрешению национальных конфликтов. Очень перспективны формы, ориентированные на инвалидов и другие группы людей, нуждающихся в социальной реабилитации, и развивающиеся в русле традиций арттерапии. Однако в сравнении с музеями зарубежными эти формы в меньшей степени освоены нашими музеями.

Большой простор для разнообразия открывают внемузейные, или, как их еще называют, передвижные, формы, существующие не только в виде лекций. Например, во всем мире очень актуальна идея передвижного музея («музей в чемодане», «музей в сумке», «выставка в портфеле»). Получив на время копии и дубликаты музейных предметов, а также наборы репродукций, слайдов, игр, небольшую библиотечку книг, подобранных по определенной теме и снабженных необходимыми методическими разработками, учителя могут эффективно использовать их в рамках предметного обучения.

Обычным явлением стало использование цикловых форм, которые гораздо более эффективны, чем разовые, поскольку дают возможность формировать постоянную аудиторию. Причем в музейной практике наметилась тенденция строить циклы не только на основе какой-либо одной формы (экскурсионный абонемент или лекторий), но и объединять в них разные жанры.

Поскольку большинство базовых форм, за исключением праздника и исторической игры, относятся к категории простых, их сочетания и комбинации позволяют создавать комплексные формы. К таковым, например, относится чрезвычайно распространенная форма, получившая наименование «тематическое мероприятие». Это, как правило, разовая акция, которая посвящена какой-либо конкретной теме, событию, лицу и может включать экскурсию и встречу с интересным человеком, лекцию и концерт. В музейную терминологию активно внедряется также понятие «программа», в которой технология синтеза получает свое наиболее яркое воплощение.

Очень перспективны, например, программы, получившие название «Календарь событий выставки». Они осуществляются на протяжении всего того времени, когда работает выставка, побуждая людей неоднократно и по разным поводам приходить в музей.

В контексте обсуждения проблемы «музей и школа» целесообразно отметить, что вновь все большее распространение получает ныне такая форма, как музейный урок, первое упоминание о которой относится еще к 1934 году.

Современная реформа образования способствовала трансформации традиционной формы урока: в школе появились уроки-дискуссии, уроки-зачеты, уроки-исследования. Путем синтеза образовательных моделей пошел и музей. В работе с детьми стали использоваться музейные уроки, получившие названия занятий-игр, экскурсий-викторин, экскурсий-исследований и предполагающие углубленное изучение материала, постановку учебных задач, проверку уровня

Музееведение

усвоения знаний. Для проведения таких занятий в некоторых музеях создаются специальные музейные классы.

Новые синтетические формы используются и в работе со взрослой аудиторией. Одна из таких форм – творческие мастерские, которые предполагают участие художников, народных умельцев, музейных специалистов, объединяющих свои усилия для приобщения самых широких слоев населения к ценностям культуры. Мастерские включают научно-популярные лектории, стажировки, пленэры, экологические и реставрационные лагеря для старшеклассников, студентов и всех желающих.

Музейные интернет-класс, интернет-кафе – таков еще один пример синтеза новых информационных технологий и музейного образования. Посетители могут здесь получить дополнительную информацию о музейной экспозиции, познакомиться с музейными страницами в Интернете, компьютерными программами, освоить музейные игровые компьютерные системы. В арсенале интернет-классов находятся виртуальные музеи, позволяющие знакомиться с коллекциями музеев других стран и городов.

Технология синтеза, предполагающая использование традиционных форм и методов в новых сочетаниях, а также соединение чисто музейных технологий с заимствованными из смежных областей, привносит в музейное образование элемент вариативности. А это становится стимулом для развития музея и расширения его аудитории.

Той же цели служит технология интерактивности. Впервые концепция интерактивного музейно-образовательного пространства (без использования этого термина) была предложена именно в России, и сделал это А. У. Зеленко, поставивший своей задачей воспитание «чувственной грамотности» посетителей и создававший на своих выставках ситуацию активного взаимодействия с экспозиционным материалом. Это было и внешнее взаимодействие, когда посетители получали возможность совершить какое-нибудь действие, и одновременно внутреннее взаимодействие, когда активизировались их сознание, интеллект, эмоциональная сфера. Все это в целом побуждало к творчеству.

Понятию интерактивности очень близко понятие интериоризация – переход действия во внутренний план, которое в те же годы, т. е. в 1920-1930-х годах, разрабатывал наш соотечественник психолог Л. С. Выготский. Согласно его культурно-исторической теории, психическое развитие человека происходит прежде всего в ситуации социального взаимодействия его с окружающими людьми и с внешним миром, на основании чего он придавал исключительное значение активному учебно-воспитательному процессу, в котором и ученик, и учитель должны быть деятельными, а формирующая среда – динамичной. Однако в дальнейшем концепции А. У. Зеленко и Л. С. Выготского, для которых ключевыми являются слова взаимодействие, активность, творчество, надолго исчезли из арсенала отечественной науки, не оказав почти никакого влияния на музейную практику 1930-1970-х годов [3].

За рубежом идея интерактивного музейного пространства начинает формироваться в 1960-е годы под влиянием операциональной теории интеллекта Ж. Пиаже, суть которой заключена в тезисе «знать предмет – значит действовать с ним». На основе проведенных экспериментальных исследований швейцарский психолог сделал вывод о важности взаимодействия ребенка с предметным миром. Дети, считал Пиаже, непрерывно заняты вопросом о том, как устроен мир, и потому им нужно постоянно исследовать окружающее, сравнивать, классифицировать известные и неизвестные предметы.

Музееведение

Новые данные, получаемые психологической наукой, приводят к необходимости существенной перестройки в работе с посетителями музеев. Приходит осознание того, что наглядность не исчерпывает сути музейного воздействия. И тогда появляются такие формы работы с аудиторией, преимущественно с детской, которые требуют проявления самостоятельности, активности и творческого закрепления знаний. Например, экскурсия завершается работой в мастерских, а нередко ее заменяют работа с листками активности, или творческими тетрадками, либо специфическая форма игры с переодеваниями и воссозданием некоей ситуации, основанной на исторических реалиях.

Следующим шагом становится создание интерактивной музейной среды. Здесь следует особо выделить деятельность Михаэла Спока, с 1962 года бывшего директором Бостонского Детского музея, и Франка Оппенгеймера, основателя открывшегося в 1969 году Эксплораториума в Сан-Франциско, которые явились зачинателями экспозиций «hands on». В созданных ими детских музеях, ориентированных на детей и семью, посетителям предоставлялась возможность непосредственного контакта с экспонатами, а традиционное правило «руками не трогать!» заменялось на прямо противоположное – «пожалуйста, трогайте!».

Быстрый рост числа детских музеев в Америке и в Европе в 1970-1990-е гг. свидетельствовал об усилении движения в направлении интерактивности. Работая на основе интерактивных, или действующих, экспозиций, эти музеи превращались в «исследовательские лаборатории», в которых опробовались новые образовательные технологии.

Увеличение числа интерактивных экспозиций (сначала в детских, а затем и в традиционных, «взрослых», музеях) явилось отражением процесса постепенной и подчас очень болезненной для музейного сообщества смены приоритетов: музеи, в центре внимания которых находились вопросы сохранения и показа экспонатов, уступали место музеям, ориентированным преимущественно на публику.

Начиная с 1990-х годов интерактивные технологии начинают осваиваться и российскими музеями: в них появляются путеводители и творческие задания, которые полностью заменяют экскурсию, включаются в ее контекст или готовят к ней посетителей; создаются комплексные программы, содержащие задания, которые школьники должны выполнить до посещения музея, во время проведения экскурсии и после нее. Одновременно в отечественных музеях применяются и такие способы знакомства с музейным материалом, которые в большой степени основаны на осязательных впечатлениях. Однако самым убедительным подтверждением эффективности технологии интерактивности стало создание детских музеев, которые создаются в России с начала 1990-х годов. Для детского музея обязательным становится сочетание предметного материала с программой, ориентированной на проявление активности и творчества ребенка.

Однако даже в таких музеях, а тем более в музеях традиционных, интерактивность нередко понимается узко – только как возможность взять экспонат в руки, осуществить какое-либо действие, как правило, в процессе экскурсии. Заменяя термин «экскурсия» менее определенным – «музейное занятие», аудитории по большому счету предлагают все ту же экскурсию, т. е. словесную интерпретацию экспозиции при пассивном участии в этом действе слушателей. То, что посетители при этом внимают рассказу сидя, например, на лавках в интерьере крестьянской избы или на стульях в музейном классе, принципиально ничего не меняет.

В то же время интерактивность, если говорить о ней как о технологии, предполагает право посетителя на проявление свободы и творчества в

Музееведение

пространстве музея. Она требует создания среды, для характеристики которой ключевыми являются слова «я сам» – действую, думаю, принимаю решения. Проектируя такую среду, музейный педагог обязан с самого начала продумывать, как можно организовать взаимодействие посетителя с воспринимаемым материалом. Иными словами, он должен поставить перед собой вопрос: что будет делать посетитель в данном пространстве? в чем участвовать? какие действия совершать? каким образом проявлять свою сообразительность и целый ряд других качеств?

Сам музейный педагог в этой ситуации «уходит в тень», становясь не руководителем-интерпретатором, а лишь помощником главных действующих лиц, в роли которых выступают посетители, прежде всего так называемые одиночные посетители, которых часто в музеях просто не замечают.

Интерактивность органична для музеев науки и техники, которые вовлекают маленьких и взрослых посетителей в деятельность, давая людям возможность приводить экспонаты в действие. По пути ее освоения идут музеи других профилей, коль скоро они превращают посетителя из наблюдателя в активного участника, используя для этого разнообразные визуальные и тактильные стимулы, предлагая ему участие в творческих мастерских непосредственно в экспозиции, а также обеспечивая его право на доступ к информации, возможность выбора и проявление инициативы. Технология интерактивности привлекательна не только для посетителей, но, по утверждению ведущих музейных педагогов страны, становится «векторной тенденцией эволюции музея как социокультурного института».

Столь же важное значение имеет одна из ведущих музейных технологий, выражающая новую тенденцию в развитии музея, которую наши зарубежные коллеги определяют фразой: «Музей ломает стены». Осуществляя технологию партнерства, музей стремится к информационной открытости и демократизации всех сторон своей деятельности. Это заставляет его искать партнеров и для образовательных проектов.

В числе традиционных партнеров музея – общеобразовательные учреждения. Взаимодействие музея и школы, которая в данном случае понимается как совокупность всех ступеней образования, имеет давние исторические традиции. Особенно актуальным это взаимодействие становится в период реформирования школы. Изменения в образовательной концепции 1990-х и последующих годов определили интенсивные поиски в этом направлении, в основу которых были положены как накопленный опыт, так и новые решения.

Организация взаимодействия музея и общеобразовательного учреждения (детский сад, школы различных типов, вуз) осуществляется по следующим направлениям.

Создание системы взаимодействия, что предполагает поэтапное приобщение к музею ребенка, школьника средних и старших классов, студента, с тем, чтобы музейные собрания осваивались постепенно и каждый раз на новом качественном уровне. При этом учитывается, что различные категории учащихся нуждаются в специфических формах приобщения к музейному материалу с применением специальных методик, ориентированных на их возраст.

Создание информационного поля. Координация музея и общеобразовательного учреждения невозможна без наиболее полного информирования педагога. Этому способствуют информационные бюллетени о коллекциях, выставках, экскурсиях и других мероприятиях музеев, содержащие краткие аннотации; справочные издания общего характера, раскрывающие

Музееведение

содержание музейных экспозиций и культурно-образовательных программ для учащихся, а также адресованных учителю-предметнику; методическая литература, издаваемая в помощь учителю; сценарии музейных занятий, праздников, спектаклей и пр.

Интеграция музейной и школьной педагогики в рамках единого учебного заведения. Первым опытом такого рода стала Гимназия при Государственном Русском музее. Концепция и учебный план гимназии, взявшей ориентацию на углубление гуманитарно-художественного компонента, стали плодом совместной деятельности учителей и музейных педагогов. При этом музей принял на себя многоуровневое обеспечение учебного процесса, предложив авторские программы эстетического образования учащихся.

Обозначенные выше направления взаимодействия музея и школы во всем мире наиболее успешно решаются музейно-педагогическими центрами. Как правило, они не включены в структуру конкретного музея и исполняют роль научно-информационных, консультативных, методических, исследовательских учреждений, задачей которых является организация партнерства музея и школы в пределах города или региона. Такие центры успешно действуют во многих странах мира. Например, они уже около 30 лет существуют в Берлине, Гамбурге, Кельне, Мюнхене, Нюрнберге, Франкфурте-на-Майне и других городах Германии.

Помимо школы у музеев есть и другие традиционные партнеры в области образовательной деятельности. К ним относятся общества коллекционеров. Деловое партнерство с коллекционерами позволяет поддерживать интерес посетителей к музею разнообразными выставками и программами, а также привлекать в музей дополнительную аудиторию, интересы которой связаны с тематикой коллекции. А для коллекционеров партнерство с музеем дает возможность знакомить широкую публику со своей деятельностью и устанавливать столь важную для каждого собирателя «обратную связь», иными словами, получать отзывы музейной аудитории о качестве своего собрания [3].

Постоянными партнерами музея в области культурно-образовательной деятельности являются творческие союзы, общества и объединения (среди них союзы художников и архитекторов, объединения специалистов в области декоративно-прикладного искусства, краеведческие, военно-исторические, экологические, этнографические общества и пр.), которые участвуют в организации музейных праздников, в фестивалях, в деятельности студий, в мастер-классах. В последние годы список этих обществ постоянно пополняется – например, любителями искусства икебаны и оригами, чьи мастер-классы вызывают неизменный интерес аудитории всех возрастов.

Роль такого традиционного партнера музея как научно-исследовательские учреждения также может выражаться в их участии в образовательных программах. Информирование общественности о сенсационных научных открытиях, рассказы о неизвестных фактах из истории науки, изложение специальных научных сведений представителями исследовательских и академических институтов в понятной для непрофессионалов форме – в этом для музея заключается уникальная возможность стать местом притяжения для взрослой аудитории.

Помимо традиционных партнерств у музеев появляются и новые возможности партнерства. Так, осознавая свою ответственность перед обществом, музей все большее внимание уделяет работе с инвалидами, развивая адаптационные и арттерапевтические проекты. В этих случаях его партнерами становятся специалисты из центров социальной реабилитации населения, без

Музееведение

профессиональной помощи которых развивать это направление образовательной деятельности было бы невозможно.

Партнерами в деле привлечения в залы музея пожилых людей, самой сложной и немногочисленной части аудитории, могут выступать Советы ветеранов, территориальные отделы социального обеспечения, Общества пенсионеров и инвалидов, профсоюзные организации. Встречи с ветеранами, «посиделки», «разговорные кафе», «конференции соседей» позволяют музею вовлечь пожилых людей в диалог со своими близкими, коллегами, представителями других поколений, побудить их по-новому оценить собственную жизнь, конкретные ситуации и события.

Расширение социальных функций современного музея способствует включению в ряды его партнеров институтов сферы досуга, занимающихся организацией массовых зрелищных мероприятий, камерных вечеров, творческих встреч, салонов, гостиных. Важно, чтобы музей выступал не только местом проведения подобных мероприятий, но и стал подлинным партнером в процессе подготовки и проведения таких акций. В этом случае в его компетенцию войдет создание соответствующей предметной среды, которая максимально соответствовала бы содержанию и атмосфере праздничного действия.

Чрезвычайно перспективно включение в ряды партнеров музея представителей местного сообщества. Средствами организационного закрепления подобного партнерства могут служить клубы друзей музея, а также сообщества добровольных помощников (волонтеров): опыт зарубежных музеев и отечественная практика свидетельствуют, насколько важна для музея их бескорыстная поддержка и как она в свою очередь помогает людям (особенно, если речь идет о людях пожилых) ощутить свою полезность обществу.

Наиболее перспективными моделями партнерства являются проекты с широким составом участников. Чем больше организаций и специалистов объединяет музей вокруг себя, тем более разнообразными становятся его возможности. Объединение ресурсов многих партнерских организаций позволяет даже в условиях нестабильной социально-экономической ситуации, устаревшей материально-технической базы, недостаточного финансирования разнообразить формы культурно-образовательной деятельности музея, повысить интерес к нему, превратить его конкурентов в союзников.

Расширяя круг партнеров, современный музей берет на себя функции центра гражданских инициатив, который помогает решать острейшие социальные проблемы.

Лекционное занятие №7 «МУЗЕЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

7.1 Музейный менеджмент

Понятие менеджмент (англ, management от to manage — управлять) обозначает совокупность принципов, методов, средств и форм управления производством, а также интеллектуальными, финансовыми и другими ресурсами. Иными словами, менеджмент — это теория и практика управления учреждением и его персоналом.

Одним из основных инструментов менеджмента является перспективный план, в процессе разработки которого четко формулируются желаемые цели и намечаются пути их достижения. Он помогает более тщательно изучить сложившуюся в музее ситуацию и выявить приоритеты с точки зрения распределения финансирования и расстановки сотрудников. Согласно рекомендациям одного из ведущих специалистов в области музейного менеджмента Роджера Майлза, в процессе планирования следует учитывать три ключевых момента:

- четко представлять себе, в расчете на кого создается план и проводится работа, то есть **выявить аудиторию;**
- достигнуть полного и ясного понимания того, к чему стремится музей, то есть **выстроить иерархию целей и задач;**
- **проанализировать факторы, ограничивающие воплощение проекта.** Анализ факторов подразумевает выявление имеющихся в распоряжении музея финансовых ресурсов, людских ресурсов (необходимые знания и умения), оборудования и материалов.

Необходимо, чтобы в разработке перспективного плана участвовали сотрудники музея, поскольку именно они составляют наиболее важную аудиторию, которой он адресуется. К созданию плана привлекаются и другие заинтересованные группы и лица, имеющие отношение к музею, его политике и стилю работы; ведь именно они могут оказать музею поддержку в тяжелые времена. Это местные власти или центральное правительство, которое часто является основным источником финансирования музея и в общих чертах определяет его политику, вышестоящие руководящие органы, посетители, исследователи, спонсоры, друзья музея. Каждая из этих групп, или аудиторий, предъявляет к музею различные требования и оценивает его работу на основании различных критериев. Успеха музей добивается в том случае, когда ему удастся учитывать и сочетать эти разнонаправленные интересы, не отдавая предпочтение ни одной из групп.

Перспективное планирование предполагает постоянную корректировку уже написанного по мере накопления опыта, пока все части плана не станут согласованным целым. Например, после оценки финансовых ресурсов и выявления реально выполнимых видов работ может возникнуть необходимость пересмотреть уже обозначенные цели и задачи.

Согласно методике, предложенной Роджером Майлзом, непосредственная разработка перспективного плана состоит из следующих стадий:

1. Формулирование или переосмысление миссии музея, то есть цели, проясняющей природу и сферу деятельности музея. Например, в лондонском Музее естествознания она звучит следующим образом: «Обеспечивать

Музееведение

сохранность и дальнейшее развитие музейных коллекций, а также посредством их пропаганды содействовать изучению и лучшему пониманию окружающей природы, ее рациональному использованию и наслаждению ее красотой».

2. Анализ существующего положения дел. При этом особое внимание уделяется выявлению сильных и слабых сторон музея, а также открывающихся возможностей и предстоящих трудностей для развития музея в будущем. Иными словами, анализируются ключевые внешние и внутренние факторы, могущие повлиять на решение наиболее важных для музея проблем.

3. Определение общего направления развития. При этом формулируемые цели, согласно «золотому правилу», должны быть:

- актуальными;
- приемлемыми, то есть отражающими интересы широкого круга заинтересованных лиц, чтобы те стремились оказать музею поддержку;
- реальными, то есть осуществимыми на основании имеющихся человеческих, финансовых и материальных ресурсов.

4. Разработка стратегии, отвечающей поставленным целям (включая четко прописанные конкретные задачи, решение которых позволит добиться желаемых результатов).

5. Обеспечение финансовой базы (бюджета).

6. Разработка механизма мониторинга и оценки эффективности работы.

Вернемся ко второй стадии разработки перспективного плана. Для того чтобы оценить положение дел в музее, специалисты предлагают использовать ПЭСТ и СВОД анализы. Аббревиатура **ПЭСТ** расшифровывается как **Политическая, Экономическая, Социальная и Технологическая среда**. Цель этого анализа состоит в оценке возможностей дальнейшего развития музея в контексте внешней по отношению к нему ситуации, степень контроля над которой хотя и мала, но учитывать ее необходимо. Внешними факторами, способными повлиять на решение наиболее важных для музея проблем, могут быть:

а) политические факторы — возможные изменения в правительстве или проводимой им политике, изменения в существующем законодательстве, введение новой организационной структуры для музеев;

б) экономические факторы — изменения в местной или национальной экономике, оказывающие воздействие на количество или категории потенциальных посетителей, на уровень дохода потенциального посетителя, на качество предоставляемых музеем услуг;

в) социальные факторы — демографические изменения, оказывающие влияние на музейную аудиторию, например, старение населения; усиление конкурентной борьбы за финансовые ресурсы и посетителя, вызванные, например, появлением новых видов развлечений и досуга; новые возможности рынка, связанные с ростом туризма, обменом выставками; усиление роли музеев в решении социальных проблем;

г) технологические факторы — рост требований и ожиданий со стороны посетителей по мере усовершенствования стандартов подачи музейных коллекций и средств коммуникации; широкое распространение компьютеризированных систем, предоставляющих постоянный круглосуточный доступ к информации.

В ходе **СВОД** анализа рассматриваются **Слабые стороны, Возможности, Опасности и Достоинства** музея, то есть сопоставляются внутренние и внешние факторы, оказывающие влияние на развитие музея. Внутренние факторы — число посетителей, коллекции, выставочная деятельность, обслуживание посетителей, финансирование, генерирование дохода — могут быть как слабыми сторонами, так

Музееведение

и достоинствами музея. Внешние факторы — политические, экономические, социальные и технологические — могут, как создавать благоприятные возможности, так и таить опасности для развития музея.

СВОД анализ позволяет установить, не объединились ли против музея его слабые стороны и опасности внешнего характера, неся реальную угрозу существованию музея. Сопоставительный анализ внутренних и внешних факторов позволяет понять степень эффективности прошлой работы музея, выявить имеющиеся проблемы и наметить пути их решения.

Для того чтобы готовить разнообразные программы, претворять в жизнь задуманные проекты и просто решать свои насущные проблемы, связанные с хранением коллекций, научно-исследовательской и культурно-образовательной деятельностью, музею необходимо расширять источники финансирования, не полагаясь только на бюджетные ассигнования или доход от входных билетов. Для российских музеев, еще только начинающих жить по законам рыночной экономики, проблема самофинансирования достаточно нова, в то время как зарубежные музеи уже накопили в этой области немалый опыт, в значительной мере применимый и к российской действительности.

В последние десятилетия XX столетия в зарубежных странах стала складываться многоканальная система формирования бюджета музеев, которая включает государственные, общественные, частные, корпоративные, некоммерческие источники финансирования. Соотношение государственной и негосударственной составляющей в этом бюджете в разных странах неодинаково и обусловлено традициями спонсорства и меценатства, приоритетами государственной культурной политики, налоговым законодательством и другими факторами. Например, в 1988 г. 5% общего объема финансирования американских музеев поступало из федерального бюджета, 5% — от фондов, 5% — от корпораций и 85% составляли вклады частных лиц.

7.2 фандрейзинг

В 1970-е гг. в зарубежной музейной сфере появилось, а десятилетие спустя уже прочно укоренилось понятие **фандрейзинг** (англ, fund — денежные средства, raise — добывать), обозначающее комплекс работ по привлечению финансовых средств для реализации некоммерческих проектов. Современные технологии превратили музейный фандрейзинг в профессиональный бизнес, которому посвящено немало учебных пособий.

Важную роль в становлении системы фандрейзинга призвано играть государство, поскольку именно оно создает правовой и налоговый режим, стимулирующий перераспределение ресурсов в некоммерческий сектор, а также формирует систему внебюджетных источников финансирования культурных проектов. В российском законодательстве уже закреплены такие основополагающие принципы налогообложения, которые создают экономические стимулы для участия коммерческого сектора в формировании бюджета культурных проектов, хотя налоговый режим и правовая база еще нуждаются в дальнейшем совершенствовании. Российское государство постепенно начинает включаться и в процесс внебюджетной поддержки музеев: развиваются специальные правительственные, региональные и муниципальные программы, конкурсы на гранты Президента и Министерства культуры.

В современном мире существует система организаций, которые разрабатывают специальные благотворительные программы в области культуры. Обычно они финансируются различными структурами, называются фондами и

Музееведение

оказывают помощь в виде грантов — безвозмездной финансовой и материальной поддержки. В настоящее время музеи почти всех российских регионов уже накопили немалый опыт сотрудничества с различными фондами, и объемы поддержки музейных проектов благотворительными организациями постоянно растут.

В отличие от благотворительности спонсорство — это коммерческая «сделка» между бизнесом и учреждением культуры. Существует немало мотивов, побуждающих коммерческие структуры вкладывать средства в культурные проекты. Спонсорство, прежде всего, является частью рекламной компании, проводимой любой коммерческой структурой, и наряду с серией других корпоративных мероприятий становится важнейшим инструментом в создании положительного имиджа и репутации компании.

Умение музея выявить интересы потенциального спонсора и использовать их в своих целях составляет ключевой момент в любой кампании по фандрейзингу. Как показывает практика, настоящего спонсора почти никогда не удастся найти в результате случайных встреч, поэтому зарубежные музеи стали выделять время и ресурсы на разработку программ по привлечению спонсоров и создавать специальные отделы развития, в которых профессионалы занимаются привлечением источников дополнительного финансирования и так называемых «неденежных взносов».

Фандрейтинг в музее начинается с создания информационной базы данных о потенциальных спонсорах — отдельных людях и компаниях. В нее включаются сведения о предмете их деятельности, сфере интересов, традициях спонсорства, его потенциале, данные об администрации, ее ценностных ориентирах. При этом информация с периодичностью в несколько месяцев перепроверяется, ведь бессмысленно искать подходы к бизнесмену или компании, чьи доходы стали катастрофически снижаться. Напротив, в случае роста доходов они могут выступить в качестве спонсоров какого-либо музейного проекта, особенно если получат при этом налоговые льготы.

В процессе создания информационной базы данных о потенциальных спонсорах особое внимание следует уделять бизнесу, имеющему точки соприкосновения с музейной действительностью. «Если вы хотите сделать выставку мебели XVIII века, — подчеркивалось в руководстве по музейному фандрейзингу, — обращайтесь в мебельную компанию». И еще один пример. Музею Виктории и Альберта в Лондоне не составило большого труда получить для проведения двух крупных выставок спонсорскую помощь одного из английских издательств, поскольку его директор очень интересовался искусством викторианской эпохи, которому и посвящались обе выставки.

Спонсорская поддержка может заключаться не только в финансовых вливаниях. Она может осуществляться, например, в виде предоставления оборудования, транспорта для перевозки детей из школы в музей, а также профессиональных услуг в тех областях, в которых музеи не имеют достаточно квалифицированных штатных работников — для выполнения инженерных и архитектурных работ, решения юридических вопросов.

После подготовки информационного обеспечения фандрейзинговой программы наступает этап ее осуществления, то есть обращения к спонсору. Исходной посылкой этого обращения должно быть ясное понимание того, что спонсорство — это не шефство или патронаж, не филантропия или милостыня, а двусторонний процесс, взаимовыгодная сделка, от которой пользу должна получить каждая из сторон. Согласно рекомендациям специалистов, хорошо

Музееведение

продуманное деловое предложение составляется в письменной форме и обычно включает в себя следующее:

- краткая аннотация предложения, дающая общее представление о проекте;
- информация о музее, его миссии, достижениях и поставленных задачах (они должны быть созвучны политике спонсора);
- описание проекта и обоснование целей, которые предполагается достигнуть в ходе его реализации;
- детальное описание заранее просчитанного резонанса, который получит проект;
- бюджетные расчеты, показывающие, как и на что будут использоваться денежные ресурсы и помощь в виде товаров или услуг;
- описание конкретной выгоды для спонсора: что получит потенциальный партнер музея в обмен на оказанную поддержку;
- заключение, в котором еще раз оговариваются преимущества и польза данного проекта.

Опытные специалисты по фандрейзингу настоятельно рекомендуют музеям не рассылать электронные заявки, а устанавливать личные контакты и связи с потенциальными спонсорами. В идеале между музеем и спонсором должны установиться истинно партнерские взаимоотношения, в результате которых каждая из сторон получит пользу.

Для спонсоров поддержка музейных проектов имеет немало привлекательных сторон. Это могут быть дополнительные возможности для рекламы своей деятельности, товаров и услуг, что порой оказывается гораздо выгоднее и эффективнее, чем покупка эфирного времени или рекламных площадей в печатных изданиях. Участие в социально значимых проектах и программах не только демонстрирует прочное экономическое положение спонсоров, но и создает им привлекательный имидж. Одно из предприятий розничной торговли одеждой в Великобритании так объяснило свое стремление поддерживать искусство: «Сообщество, в жизни которого искусство занимает важное место, сможет по достоинству оценить изящные предметы и захотеть обладать ими. Наша компания стремится всегда и во всем ассоциироваться с качеством там, где она соприкасается с жизнью людей».

Мощным источником финансирования зарубежных музеев является частный сектор. Все более широкое распространение получает система «членства», основанная на поддержке музейной деятельности и участии в ней физических и юридических лиц. Традиционными формами такой системы являются «Общества друзей музея», «Клубы друзей», попечительские советы; их деятельность направлена на установление доверительных отношений музея с аудиторией. Членство в этих обществах и клубах может быть как индивидуальным, так и корпоративным. Индивидуальное членство предполагает ежегодные членские взносы, дающие право на бесплатное посещение музея, участие в специальных музейных мероприятиях, получение музейного журнала, бюллетеня или информационного листка, предоставление более низких цен в музейном магазине или ресторане.

7.3 Понятие Public Relations

Одним из важнейших направлений деловой активности современных коммерческих и государственных структур, а затем и учреждений культуры стало освоение технологий отношений с общественностью. Во второй половине 1980-х гг. в Россию пришло понятие Public Relations (англ. public — общественный +

Музееведение

relations — отношения, связи), которое до сих пор не получило однозначного истолкования в русском языке. Одни специалисты предлагают переводить его как «связи с общественностью», другие же стремятся избегать такого перевода и используют транслитерацию Паблик Рилейшнз и его англоязычную аббревиатуру PR. Одним из наиболее обобщенных и универсальных считается определение PR как управленческой деятельности, направленной на установление взаимовыгодных гармоничных отношений между организацией и общественностью, от которой зависит успех функционирования этой организации.

PR-деятельность делится на внутреннюю и внешнюю. Основная задача внутренней деятельности — создание положительного климата и творческой атмосферы в самом учреждении культуры. Внешний PR включает текущие мероприятия и PR-кампании. Цель текущих мероприятий — поддерживать на должном уровне уже сформированное отношение общественности к музею и планомерно его развивать. PR-кампании направлены на достижение вполне конкретных результатов, способных сформировать или изменить отношение целевых групп к музею, его программам и проектам. Они состоят из комплекса взаимосвязанных акций и мероприятий, распределенных во времени так, чтобы одно дополняло другое. Разработкой PR-кампаний занимаются специальные агентства или приглашенные консультанты.

PR может осуществляться разными путями, но прежде всего через средства массовой информации. Работая со СМИ, музеи рассылают теле- и радиокомпаниям и ведущим журналистам:

- пресс-релизы — сообщения, содержащие важную новость или полезную информацию для широкой аудитории, например, о предстоящем вернисаже;
- пресс-справки — информация о текущих мероприятиях, не являющихся сенсацией (например, о ходе реставрации);
- пресс-пакеты — подборка материалов с приложениями и фотографиями.

Проводятся брифинги, пресс-конференции, «круглые столы», публичные дискуссии, презентации; организуются просмотры выставок. В целях формирования общественного мнения представители музея выступают в различных клубах и обществах, устраивают приемы для местного сообщества и политических лидеров, проводят специальные экскурсии для VIP-персон.

Лекционное занятие №8 «МУЗЕЙНЫЙ МАРКЕТИНГ»

8.1 Музейный маркетинг

Маркетинг (англ, marketing — акт покупки и продажи на рынке от market — рынок) — система мер, направленных на максимально выгодный (прибыльный) сбыт продукции, а также инфраструктура по рекламе товара, изучению и формированию спроса. Несмотря на то, что Устав ИКОМ определяет музей как некоммерческое учреждение, маркетинговые технологии все активнее входят в музейную сферу. Ведь «некоммерческий» характер деятельности музеев не означает запрет на получение прибыли, а лишь накладывает определенные ограничения на ее использование: заработанные средства музей должен направлять на свое развитие, а статус некоммерческой организации обеспечивает ему в ряде случаев налоговые льготы.

Доступ к музейному собранию, условия для самообразования и общения, творчества и проведения досуга, предоставление информации, помощь в образовательной и просветительной деятельности, реклама и формирование имиджа — вот далеко не полный перечень тех услуг, которые предлагает музей. Значительная их часть может быть востребована и оплачена не только музейными посетителями, но и другими потребителями — научными организациями, учебными заведениями, коммерческими компаниями, органами местного самоуправления, благотворительными фондами, средствами массовой информации и др.

Музейный маркетинг и является тем действенным инструментом, который позволяет не только определять, прогнозировать и удовлетворять нужды потребителей музейных услуг, но в ряде случаев эффективно влиять на формирование этих нужд и даже непосредственно их сформировать. Грамотный маркетинг может также помочь выявить, удовлетворить и воздействовать на потребности финансирующих музей организаций и потенциальных спонсоров.

В настоящее время многие даже успешно работающие музеи имеют в своем составе отдел маркетинга, задачи которого заключаются в содействии увеличению посещаемости музея, расширению музейной аудитории и распространению информации о музее среди тех, кто не входит в число его посетителей. Специалисты по маркетингу предоставляют необходимые данные для составления перспективного плана работы музея, проводят краткосрочные маркетинговые кампании в ходе отдельных музейных мероприятий, участвуют в привлечении внебюджетного финансирования и в работе со спонсорами. На любом из направлений своей деятельности они выстраивают свою работу по одному и тому же принципу: проводят исследование и планирование, реализовывают план, анализируют результаты и вносят необходимые коррективы.

В отличие от маркетинга в коммерческих учреждениях, музейный маркетинг привлекает ресурсы в двух формах:

- прямой — за счет продажи потребителям своих товаров и услуг;
- опосредованной — за счет привлечения внешних ресурсов: бюджетных средств, грантов, спонсорской поддержки, частных пожертвований. Эти средства используются для реализации социально значимых культурных проектов и программ. Обе формы некоммерческого маркетинга тесно взаимосвязаны: чем выше социальная значимость музея и общественная привлекательность его

Музееведение

программ и проектов, тем больше у него возможностей получать средства из «внешних» источников. В отличие от коммерческого сектора, где потребитель и платательщик выступают в одном лице, в некоммерческом маркетинге потребители и финансовые ресурсы разъединены, но взаимосвязаны: доступ к деньгам открывают общественный интерес и признание. Поэтому маркетинг музея всегда включает два стратегических направления:

- презентацию и продвижение музея и его деятельности;
- презентацию и продвижение конкретных товаров или услуг.

Что может предложить музей своим потребителям в качестве «товара»? Это, прежде всего экспозиции и выставки, различные формы культурно-образовательной деятельности. Книги, каталоги, буклеты и другая полиграфическая продукция, связанная непосредственно с тематикой музея или близкая к ней, а также видеofilмы, слайды и другие издания, использующие современные информационные технологии, также могут стать одной из статей доходной части музея. Но для того, чтобы издаваемые тиражи оказались коммерчески целесообразными, необходима финансовая поддержка спонсоров.

Одним из источников пополнения доходов музея может быть продажа права на производство репродукций, особенно если музейное собрание пользуется известностью. Некоторые музеи имеют прибыль от сдачи своих помещений в аренду для проведения приемов и мероприятий. Например, Музей политической истории в Санкт-Петербурге успешно организует в своих стенах празднование детских дней рождений.

Магазин, предлагающий подарочные и сувенирные изделия, отражающие профиль музея, может не только приносить доход, но и привлекать посетителей. Ручки, блокноты, календари, закладки, косметички, сумки и другие товары с символикой или названием музея служат неплохой рекламой. Важным элементом сервисной инфраструктуры музея являются кафе, кафетерии, бары, рестораны. Их организация приносит деньги лишь незначительному числу музеев, но они необходимы, чтобы сделать посещение музея более приятным. Кроме того, существует немало примеров того, как открытие при музее кафе или бара привлекало дополнительное число посетителей.

Вместе с тем было бы неверным полагать, что музей может работать по принципу самокупаемости. Исследования показывают, что даже в таких благополучных странах, как США и Великобритания, дополнительные доходы от коммерческой деятельности составляют лишь 5% — 10% в музейном бюджете. В Музее авиации и космических исследований в Вашингтоне, самом посещаемом музее мира, порог которого ежегодно переступает 20 — 25 млн. человек, доходы от розничной торговли покрывают лишь 7% оперативных издержек. Метрополитен-музей в Нью-Йорке располагает сетью популярных магазинов и осуществляет самые внушительные в мире продажи через Интернет. Но и его доходы от торговли покрывают только 4% общих расходов.

Для большинства музеев входная плата и членские взносы «друзей музеев» составляют самую существенную часть зарабатываемого дохода и могут достигать 20% стоимости содержания музея. Исследования последних лет показывают, что ключ к доходам — внушительные показатели по количеству посещений музея.

8.2 Изучение музейной аудитории

В изучении музейной аудитории традиционно выделяют два основных подхода, известные как «кабинетное» и «полевое» исследование. Кабинетное

Музееведение

исследование состоит в анализе различных видов статистики, например, местных или общенациональных отчетов о структуре населения и ее изменениях, современных тенденциях в области развития туризма. Полевое исследование предполагает сбор новых эмпирических данных посредством наблюдения за поведением людей или в ходе беседы с ними.

Если музей свою приоритетную задачу видит в увеличении посещаемости, то, с точки зрения маркетинга, наименее затратным способом ее решения будет концентрация усилий на тех людях, которые уже являются музейными посетителями. Но если музей предполагает расширить или сменить аудиторию, ему необходимо провести кабинетное исследование, которое поможет выявить местные, региональные или национальные тенденции, позволяющие наметить пути решения этой проблемы.

В 1996 г. Музей Поля Гетти (Лос-Анджелес, США), проведя анализ музейной аудитории и городской статистики, установил следующее. Наибольший процент среди посетителей составляли люди с высоким уровнем образования и дохода. Большинство посетителей отличала высокая мотивация посещения музея и ясное осознание той пользы, какую он приносит им самим и их семьям. Однако сложившаяся ситуация в действительности не отражала существующее экономическое и социальное многообразие города. Так, родным языком более чем половины детей, обучающихся в школах города, являлся испанский язык (на нем говорили в семье), однако такие дети составляли лишь незначительный процент посетителей музея. Многие представители этнических меньшинств в первый раз пришли в музей весьма неохотно, однако визит им понравился, несмотря на то, что они не воспользовались всем спектром предоставляемых музеем услуг. Этническое многообразие города неуклонно росло, причем эта динамика была характерна и для детей школьного возраста.

Основываясь на этих данных, музей на последующие два года определил в качестве главной цели установление взаимодействия с учителями и общественными лидерами, проживающими в испано-говорящих районах города. Маркетинговый план, составленный на основе детальной информации, полученной в ходе анкетирования, содержал также рекомендации по поводу наиболее оптимальных слов и формулировок, которые необходимо использовать для привлечения посетителей с низкой мотивацией. Поскольку коллекции музея включают в основном европейское искусство XV—XIX вв., то для привлечения людей латиноамериканского происхождения требовалось учесть их весьма ограниченное представление о европейской культурной традиции, избежать в описании акцента на высокую эстетическую ценность искусства и представить музей как приятное место, где можно всей семьей интересно провести выходной день, заодно узнав что-то новое.

Согласно базовой схеме классификации спроса, потребители обычно делятся на четыре основные группы:

- тех, кто не знает о предлагаемых товарах и услугах, поэтому их не потребляет;
- тех, кто знает, но не потребляет;
- тех, кто знает и потребляет;
- тех, кто знает, но потребляет конкурентные товары и услуги.

По наблюдениям экспертов, в России очень велика доля тех, кто не знает о предлагаемом музейном продукте и по этой причине не становится его потребителем. Поэтому в музейном маркетинге особая роль должна отводиться так называемым «завоевательным» маркетинговым стратегиям, которые

Музееведение

направлены на информирование потенциальной аудитории и рекламу музейного предложения.

По отношению к «тем, кто знает, но не потребляет» целесообразно применение «стимулирующей» маркетинговой стратегии, ориентированной на то, чтобы развеять устойчивое представление о музейном предложении как «скучном» и «устаревшем». Расширить спрос за счет «тех, кто потребляет конкурентные товары и услуги», позволяют «корпоративные» маркетинговые стратегии, которые направлены на формирование совместных проектов, программ и продукта с теми организациями, которые предлагают конкурирующие товары и услуги в сфере досуга. Как показывает практика, конкуренция в этой сфере часто носит искусственный характер, и в действительности существуют большие возможности для объединения усилий и сотрудничества.

Таким образом, в настоящее время, по мнению одного из ведущих специалистов в области экономики и культурного маркетинга Т.В.Абанкиной, эффективная маркетинговая стратегия состоит в формировании корпоративного предложения: межмузейное сотрудничество, совместные программы с другими организациями и учреждениями культуры, партнерские проекты. При этом основу предлагаемого продукта составляют взаимодополняющие товары и услуги, которые провоцируют их комплексное потребление в определенных пропорциях. Такой продукт может создаваться совместными усилиями музея и туристических организаций, музея и образовательных учреждений, музея и индустрии развлечений и т. д.

В современной России перед музеями стоят две ключевые задачи в области коммуникативной политики. С одной стороны, им нужно разрушить ложные стереотипы, сложившиеся в сознании людей в отношении музейного предложения, с другой стороны — изменить ту неадекватную оценку аудитории музейными работниками, которая основана только на их собственных представлениях.

Проведенные в ряде европейских стран исследования показали, что для сотрудников музеев в целом характерна неадекватная оценка музейной аудитории. Например, музейные сотрудники считают, что:

- аудитория однородна;
- аудитория думает о себе, как о любителях искусства;
- аудитория динамична и активна в выборе искусств;
- аудитория образованна и сведуща в искусстве;
- аудитория уверена в своих знаниях, хорошо ориентируется в музее и искусстве;
- аудитория разделяет ценности музея.

Но в действительности подобные представления оказались неверными, поскольку в большинстве случаев люди приходят в музеи, чтобы:

- привести детей или друзей;
 - провести время с другом или подругой;
 - отдохнуть в тиши музея;
 - «подняться над обыденностью», и потому что им нравится атмосфера в музее;
 - увидеть интересующую их коллекцию или выставку;
 - познакомиться с музеем, потому что они — туристы.
- Люди не приходят в музеи и галереи, потому что:
- не знают, что происходит в музеях;
 - не разбираются в искусстве и стесняются этого;

Музееведение

- деловые люди считают, что они очень заняты, а в музее ничего нельзя посмотреть быстро;
- посетители с детьми считают, что в музеях не любят детей, поскольку им все время делают замечания по поводу поведения;
- инвалиды не хотят, чтобы на них обращали излишнее внимание;
- молодые люди чувствуют себя необразованными и стесняются этого.

Для того чтобы люди чувствовали себя в музее спокойно и уверенно, они должны получить предварительную дифференцированную информацию, развеивающую их предубеждения. Например, для деловых людей могут быть созданы специальные путеводители «Если у Вас всего 30 минут...»; для взрослых разрабатываются программы завуалированного обучения через открытые занятия с детьми, потому что взрослые, особенно пожилые люди, стесняются учиться.

Музей может влиять на аудиторию как непосредственно в своих стенах, так и через рекламу и паблисити (скрытую рекламу-информацию). Наряду с традиционными выносными щитами с информацией о работе музея в качестве носителя рекламы используются различная сувенирная продукция, упаковочные средства с символикой и названием музея. Реклама музея и проводимых им мероприятий может распространяться в виде плакатов, размещаемых в общественном транспорте, в виде вкладышей и листовок, прилагаемых к почтовым отправлениям или газетам, в виде объявлений в газетах и журналах, на радио и телевидении. Реклама действует не только в качестве непосредственного стимула посещения музея, но и как средство формирования и оформления впечатлений. Ее долговременный эффект, закрепляющий положительный имидж музея, не менее важен, чем сиюминутное действие. Поэтому на рекламе нельзя экономить, а разрабатывать ее нужно профессионально, в русле единого для музея фирменного стиля.

Паблисити (англ., publicity — публичность, гласность) — это:

1) неличностное стимулирование спроса на товар, услугу или деятельность посредством публикаций или получение благоприятных презентаций на радио, телевидении, которые не оплачиваются определенным спонсором;

2) публичность, гласность, известность, популярность.

Паблисити формируют отзывы партнеров и клиентов, деятельность самой организации, а также средства PR — пресс-релизы, статьи, репортажи, пресс-конференции. Эти средства имеют ряд преимуществ перед рекламой: они пользуются большим доверием, поскольку воспринимаются как объективные новости, а их подготовка и размещение обходится дешевле. В ряде ситуаций следует использовать именно паблисити, а не прямую рекламу. Например, благотворительную акцию уместнее осветить в колонке новостей, а профессиональное объяснение новой услуги или мероприятия станет понятнее, если будет изложено в статье или интервью.

Огромные возможности для информирования аудитории дает Интернет. В наши дни очень многие музеи имеют во Всемирной паутине свою индивидуальную страницу — сайт (от англ. site — место, участок), с помощью которой они знакомят своих компьютерных пользователей с перспективными и текущими направлениями деятельности, анонсируют предстоящие мероприятия, рекламируют услуги. Интернет позволяет организовывать интерактивное общение любых профессиональных групп и аудиторий, открывает безграничные возможности для представления музейного продукта, прежде всего за счет различных видов современных «электронных» публикаций и интерактивных продаж в виртуальных магазинах, ярмарках и выставках.

Музееведение

Менеджмент и маркетинг — это не только наука, которую следует постигать, но и искусство, требующее определенного рода таланта. Единого рецепта успешной деятельности для музеев различного типа и профиля быть не может. Каждый из них должен разработать свой собственный механизм выживания и процветания в условиях рыночной экономики.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Низовский, А.Ю. Величайшие музеи мира [Текст] / А.Ю. Низовский. – М.: Вече, 2008. – 400с.
2. Долженко, Г.П. Экскурсионное дело [Текст] : учебное пособие / Г.П. Долженко. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: ИКЦ «Март», Ростов-на-Дону: Издательский центр «Март», 2008. – 272с.
3. Шляхтина, Л.М. Музейная педагогика [Текст]: Учебно-методическое пособие для студентов специализации «Музейное дело и охрана памятников истории и культуры» / Л.М. Шляхтина, Е.Н. Мастеница, Е.Е. Герасименко. – СПб., 2006. – 288 с.
4. Шляхтина, Л.М. Основы музейного дела: теория и практика [Текст]: Учебное пособие / Л.М. Шляхтина. – М.: Высш. шк., 2005. – 183 с.: ил. – (Образование через искусство).
5. Гогиберидзе, Г. М. Формирование музейной педагогики [Текст] / Г. М. Гогиберидзе, М. Г. Чесняк // Преподавание истории в школе. – 2007. – № 8. – С. 3-5.
6. Шулепова, Э.А. Основы музееведения [Текст]: Учебное пособие / Отв.ред Э.А.Шулепова. – М.: Едиториал УРСС, 2005. – 504с.
7. Чумалова, Т. Основные принципы музейной педагогики: путешествие на машине времени [Текст] / Т. Чумалова // Дошкольное воспитание. – 2008. – № 3. – С. 58-63.
8. Столяров, Б.А. Основы музейной педагогики [Текст]: Учебный курс / Б.А. Столяров, А.Г. Бойко, Н.Д. Рева. – СПб., 2006. – 317 с.
9. Столяров, Б.А. Музейная педагогика. История, теория, практика [Текст]: Учебное пособие / Б.А. Столяров. – М.: Высш. шк., 2004. – 216 с.
10. Сотникова, С.И. Музеология [Текст]: Пособие для вузов / С.И. Сотникова. – М.: Дрофа, 2004. – 192 с.
11. Юренева, Т.Ю. Музееведение [Текст]: Учебник для высшей школы. – 2-е изд. – М.: Академический проект, 2004. –560с.
12. Климова, Т.А. Поиск новых форм взаимодействия с посетителем в музее народного деревянного зодчества «Витославицы» [Текст] / Музей, №1, 2006. – С.17.
13. Огоновская, А. С. Актуализация личности учащихся средствами музейной педагогики [Текст]: автореферат дис. канд. пед. наук: 13.00.01 / А. С. Огоновская. – Екатеринбург, 2007. – 22 с.
14. Ванслова, Е. Музейная педагогика в XXI веке [Текст] / Е. Ванслова // Мир музея. – 2005. – № 3. – С. 25-27.
15. Юхневич, М.Ю. Новые музейные технологии музейного образования [Текст] / Основы музееведения. М., – 2005. – 491с.
16. Кузнецова, Н. Развитие художественного восприятия в системе «школа-вуз-музей» / Н. Кузнецова // Искусство в школе. – 2007. – № 2. – С. 28-30.
17. Лаврова, Е. Ю. Культура и виртуальное бытие подрастающего поколения [Текст] / Е. Ю. Лаврова // Информатика и образование. – 2007. – № 7. – С. 67-71.
18. Гейнике, Н.А. Культурно-образовательная деятельность [Текст] / Музейное дело России. М., – 2003. – 124 с.
19. Нагорский, Н. В. Музей как открытая педагогическая система [Текст] / Н. В. Нагорский // Педагогика. – 2005. – № 4. – С. 27-34.
20. Виртуальные музеи [Электронный ресурс] / <http://www.museum.ru>

Музееведение

21. Музеи будущего. Дорогой музейный бум в Америке и Европе [Электронный ресурс] / – Режим доступа: <http://www.mirdeneg.com/rus/mworld/archives/magazine/article/202/180/>, свободный (дата обращения: 10.03.2010).
22. Сундиева, А.А. Российская музейная инциклопедия [Текст] / А.А. Сундиева. – М.: Прогресс, М.: РИПОЛ классик, 2005. – 848с. Ил.
23. Тельчаров, А.Д. Основы музейного дела. Введение в специальность. Курс лекций [Текст] : учебник для высшей школы / А.Д. Тельчаров. – М.: Омега-Л, 2005. – 183с.
24. Лобанова, С. Музеи мира - особое пространство [Электронный ресурс] / С. Лобанова. – Режим доступа: <http://museums.name/2008/02/blog-post>, свободный (дата обращения: 10.03.2010).
25. Культура и Образование: Изобразительное искусство, скульптура, архитектура. Метрополитен Музей [Электронный ресурс] / – Режим доступа: http://www.krugosvet.ru/enc/kultura_i_obrazovanie/izobrazitelnoe_iskusstvo/МЕМОТРОPOLIT-MUZE, свободный (дата обращения: 15.03.2010).
26. Законодательство Российской Федерации о культуре [Текст]: Сб. / Сост. Б. Букарев. – М.: Аксамит-Информ, 1999. – 203 с.
27. Инструкция по учету и хранению музейных ценностей, хранящихся в государственных музеях СССР [Текст]. – М., 1984. – С. 58-60.
28. Разгон, А. М. К вопросу о научном комплектовании фондов в музеях исторического и краеведческого профиля [Текст] / А.М. Разгон //Актуальные вопросы изучения фондов музея по истории советского общества: Тр. ГИМ. Вып. 55. – М., 1982. – С. 14.
29. Кучеренко, М. Е. Научно-фондовая работа в музее [Текст]: Методическое пособие / М.Е. Кучеренко. – М., 2002. – 68 с.
30. Описание музейных предметов: основные элементы и образцы [Текст]: Методическое пособие. 2-е. изд. – М., 2000. – 156 с.
31. Российская музейная энциклопедия [Текст]: В 2-х т. – М., 2001 – 766 с.
32. Зернова, А. Б. Основные факторы, влияющие на сохранность музейных предметов [Текст] / А.Б. Зернова, В.П. Воробьев. // Актуальные проблемы фондовой работы музеев. Вып. 1. – М., 1978. – С. 84-86
33. Королева, А. С. Организация открытого хранения музейных фондов [Текст] / А.С. Королева. – М., 1962, – 56 с.
34. Кроллау, Е. К. Температурно-влажностный и световой режим музеев [Текст] / Е.К. Кроллау М., – 1971; *Wolfram K-* Das Klima in Museumsraumen, seine Kontrolle und Regulierung // SIFM. 1979. № 14.
35. Лебедев, А.В. Виртуальные экспонаты: Современные средства отображения информации в музейной экспозиции [Текст] / А.В. Лебедев // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2006, № 7. – С.50-55
36. [Музейные фонды и экспозиции в научно-образовательном процессе \[электронный ресурс\]: Материалы Всероссийской научной конференции // \[www.window.edu.ru\]\(http://www.window.edu.ru\)](#)