

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

**Государственное образовательное учреждение высшего
профессионального образования «Уральский государственный
университет им. А.М. Горького»**

**Факультет искусствоведения и культурологи
Кафедра музееведения и прикладной культурологии**

Т.М.Трошина

«Современный интерактивный музей как пространство толерантности»

Учебное пособие

Екатеринбург

2008

Трошина Т.М., канд. искусствоведения, кафедра музееведения и
прикладной культурологии УрГУ

Рекомендовано к печати протоколом заседания
кафедры _____
от _____ № _____.
(дата)

© Уральский государственный
университет, 2008

© Трошина Т.М., 2008

«Кто верит в Магомета, кто в Аллаха,
кто в Иисуса...»

В.С.Высоцкий

Введение

Проблема аксиологической переориентации музеев сегодня в центре внимания ученых – музеологов, философов, культурологов. Музеи работают как традиционные культурные институты, сложившиеся в процессе многовекового развития культуры. Однако одни музеи сегодня оказываются на передовых позициях в решении актуальных социальных, технологических, экономических проблем, другие – далеко не всегда интегрированы в современную систему потребления культуры, творчества и коммуникаций, недостаточно владеют новыми технологиями. Это влечет за собой выпадение музеев из контекста современных реалий, отставание от запросов времени и соответственно утрату интереса к музею как к культурной институции в пользу Интернета, телевидения, кино (часто низкопробных) и других более мобильных и коммуникабельных сфер культуры.

Формирование и укрепление связей между музеем – обладателем культурного наследия и другими культурными институциями – **залог его жизни и функционирования. Обязательными условиями стабильного функционирования культуры является** развитие контактов, связей, сотрудничества, диалог между разными культурами. Многие музеи мира и России, будучи составляющей современной мультикультурной среды, в своей социально-культурной деятельности стали центрами диалога культур и воспитания толерантности¹. Эта цель осуществляется музеями, как в

¹ Понятие толерантность. В разных языках понятие *толерантность* определяется по-разному.

- *tolerancia* (испанский). Способность признавать отличные от своих собственных идеи и мнения.

- *tolérance* (французский). Отношение, при котором допускается, что другие могут думать и действовать иначе, нежели ты сам.

специальных программах, так и в повседневной просветительской деятельности.

Благодаря усилиям ЮНЕСКО в последние десятилетия понятие «толерантность» стало международным термином, важнейшим ключевым словом в проблематике мира. В России в настоящее время распространены религиозная, этническая и др. фобии. Этнофобии представлены антисемитизмом, кавказофобией, русофобией, синофобией, цыганофобией, азиатофобией. Эту проблему давно анализируют масс-медиа, начинают осваивать кино и музеи также формируют методологию ее решения. Проблема сегодня остается нерешенной, и было бы наивно ожидать преодоления всех фобий – таков мир. Всеобщая толерантность может быть только в раю. Однако работа в сфере культуры не должна упускать из виду реалий жизни и строиться с учетом нескольких актуальных условий: глобализации, мультикультурализма (или поликультурности) и толерантности.

Федеральная целевая программа «Культура России 2006–2010 годы» обращает внимание работников культуры на такие аспекты как: обеспечение культурного обмена; разработка и внедрение информационных продуктов и технологий в сфере культуры; поддержка отечественных производителей культурных благ и их продвижение на мировых рынках².

Музей как феномен культуры был создан в многополярном мире для трансляции гуманитарных ценностей. Возможности формирования культурного выбора, которыми обладает музей сегодня диктуют поиски действенных методологий для реализации этой функции.

- *Kuan rong* (китайский). Позволять, принимать, быть по отношению к другим великодушным.

- *толерантность, терпимость* (русский). Способность терпеть что-то или кого-то, принимать существование другого, считаться с мнением других, быть снисходительным. При всех нюансах, которые существуют в разных языках, ключевым оказывается слово *другой*, ибо толерантность – это прежде всего право других быть такими, какие они есть, не причиняя им вреда.

² Федеральная целевая программа «Культура России 2006–2010 годы». С. 10

В этом поле деятельности Центр современной культуры факультета искусствоведения и сотрудники факультета последовательно проводят проекты, так или иначе воспитывающие толерантность как естественную гуманистическую форму коммуникации: Дни культуры Израиля, сотрудничество с представительством Татарстана, целый ряд выставок, в том числе «Я не хочу ненавидеть!», «Евразийский синдром», выставки фотографов–путешественников и др. Центр экспертизы ценностей индустрии культуры выявляет и анализирует наиболее инновационные тенденции в социально-культурной деятельности, в том числе музейной. Эти исследования могут стать базой поиска развернутой музейной коммуникации, основанной на новых технологиях. В России с 2003 года осуществляется совместная программа Совета Европы, Министерства культуры РФ и Института культурной политики (ИКП). Она называется «План действий для России». Один из двух составляющих эту программу проектов посвящен развитию творческих индустрий, актуальных в частности, для развития музейного дела.

В 2006 году Свердловская область по инициативе Губернатора Э.Э. Росселя стала первым регионом Российской Федерации, где культура была вынесена в разряд национальных приоритетов. В контексте этого решения уже состоялись многие значимые для культуры события: Дни культуры Республики Армения в Свердловской области; экспозиция «Музей уральского искусства» в Ирбитском государственном музее изобразительных искусств, выставка «Костюм народов Кавказа» из этого музея, открытие зала памяти Романовых и новых разделов экспозиций музеев, открытие в Екатеринбурге представительств центральных музеев, процесс повышения уровня ресурсного обеспечения муниципальных учреждений культуры. Параллельно идет процесс модернизация сферы муниципальной культуры, выплаты аттестационных надбавок и внедрение проектного финансирования учреждений культуры. В русле этих преобразований и учитывая культурное

многообразии региона проблемы, поставленные в данном учебном курсе, представляются весьма актуальными.

Методическая новизна курса состоит в авторском видении возможностей музея в коллизии мужкультурной коммуникации. Курс разработан на основе наиболее актуальных и апробированных методов работы, сложившихся в сфере культурных индустрий конца XX – начала XXI века. В курсе разрабатываются и предлагаются рекомендации по использованию интерактивных технологий музейной работы, стратегий формирования музеев нового типа – включенных в единый комплекс экологии культуры на ее разных уровнях, которые вовлекают зрителя в систему разнообразных памятников, предметов, информации. Не навязывая шаблонных мнений и форм работы, музеи должны провоцировать активное освоение культурных традиций и стремиться к созданию условий для творческого воспроизводства личности и уважения индивидуальности.

Современный потребитель культуры зачастую принимает хорошо раскрученный выбор. «Тотальная профанация – вот вполне реальный вектор развития культуры»³. Вместе с тем индустрия культуры с ее достижениями и издержками демонстрирует мобильный опыт активных стратегий внедрения любого продукта, а также демократизм, действенные методы коммуникации. Музей с его ценностными ориентирами – противоположность профанности, обладает возможностями структурировать культурное пространство в пользу реальных ценностей, но не всегда эти возможности использует в полной мере, работая в традиционной методологии.

В процессе обучения предполагается анализ реальных и виртуальных проектов в музейном деле, использующих широкий спектр методов индустрии культуры. Курс предполагает также самостоятельные опыты студентов по созданию проектов в русле воспитания толерантности не только

³ Владимир Дукельский Культурный герой на распутье.//60 параллель. 2005 г. <http://magazine.60parallel.org/ru/magazine/2006/18/127>

как системы человеческих отношений и диалоговых методов по предотвращению потенциальных национальных и межэтнических столкновений, но и проектов строящихся на методологии отношений внутри культуры, где толерантность к новому, неожиданному становится основой новых форм, имеющих кроме всего прочего экономическую составляющую.

Курс состоит из лекционных и практических занятий (лекций – 16 часов, практических занятий – 16 часов). Дидактическими целями лекций и практических занятий является сообщение новых знаний, систематизация и обобщение накопленной эрудиции, формирование на их основе профессионально важных компетенций и качеств для достижения целей и задач, которые установлены Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования. Входящие в состав учебно-методического комплекса Пособие, Хрестоматия и Методические указания являются взаимодополняющими элементами, необходимыми для полноценного изучения феномена музея и его возможностей в формировании толерантности. Вопросы, рассматриваемые в пособии, дополняются материалами хрестоматии, что позволяет с помощью работ специалистов глубже раскрыть затронутые в пособии темы.

Тема I. Музееведение в контексте межкультурной коммуникации

Музей как социокультурный институт призван хранить социальную память. В музейной коммуникации центральную роль играет источник (подлинник, свидетельство), носитель объективной информации. В наше время музейная коммуникация понимается многопланово. Теория коммуникации, равно как и музееведение, оказывается сферой междисциплинарного знания. Современное состояние науки о музее стимулируют междисциплинарные связи. В последнее время исследования по межкультурной коммуникации приобретают всё большее значение в связи с процессами глобализации и интенсивной миграции. Межкультурная коммуникация понимается как общение между представителями различных

человеческих культур. Особенности межкультурной коммуникации изучаются на междисциплинарном уровне и в рамках таких наук, как культурология, психология, лингвистика, этнология, антропология, социология.

Считается, что понятие «межкультурная коммуникация» введено в 1950-х американским культурным антропологом Эдвардом Т. Холлом в рамках разработанной им для Госдепартамента США программы адаптации американских дипломатов и бизнесменов в других странах. Большинство людей отсчитывают дату создания межкультурной коммуникации с публикации Эдварда Т. Холла «The Silent Language» («Молчаливый язык») в 1959⁴. Первоначально для описания межкультурной коммуникации использовалось так называемое классическое понимание культуры как более или менее стабильной системы осознанных и бессознательных правил, норм, ценностей, структур, артефактов — национальная или этническая культура. В настоящее время всё чаще доминирует т. н. понимание культуры как образа жизни и система поведения, норм, ценностей и т. д. любой социальной группы (например, городская культура, культура поколений, культура организации). Динамическое понятие культуры не предполагает строгой стабильности культурной системы, она до определённой степени может меняться и модифицироваться в зависимости от социальной ситуации.

Как научная дисциплина, межкультурная коммуникация находится в стадии формирования и отличается двумя характерными особенностями: прикладным характером (цель — облегчение коммуникации между представителями различных культур, снижение конфликтного потенциала) и междисциплинарностью. В теории МКК выделяются два важных культурных феномена: высоко и низко контекстуализированные коммуникации. В низкоконтекстуализированной коммуникации слушатель знает очень мало, и ему необходимо рассказывать практически обо всем. В

⁴ The Silent Language, New York: Doubleday, 1959

высококонтекстуализированной коммуникации слушатель уже «контекстуализирован», и поэтому ему не нужно много объяснять⁵.

Музей в процессе своей истории сложился как источник межкультурной компетенции, воспитывающий в числе прочего способность успешно общаться с людьми других культур, в условиях как высоко, так и низко контекстуализированной коммуникации. Каждый человек имеет свой уровень развития, свою собственную историю и собственную культуру (включая географический, этнический, моральный, этический, религиозный, политический, исторический её аспекты) и культурную принадлежность. В пределах одной страны и даже одной и той же семьи могут сочетаться различные культурные ценности и уровни контекстуализации.

Хранящиеся в музее ценности основа его миссии и политики. **Объект** музееведения как науки – музей и музейное дело как общественное явление во всех их проявлениях. **Предмет** музееведения – объективные закономерности, относящиеся к процессам накопления, сохранения и трансляции социальной информации, традиций и эмоций посредством музейных объектов, к процессам возникновения, развития и общественного функционирования музея⁶. Музееведение пользуется **методами**, заимствованными из арсенала различных гуманитарных и естественных наук, в частности, специальных и вспомогательных исторических дисциплин, педагогики, психологии, социологии; методы непосредственного наблюдения; экспериментальные методы, в т. ч. исторический эксперимент; метод моделирования и др. В то же время, будучи интегрированы в структуру музееведения и приспособлены к решению его задач, эти методы выступают в совокупности, не свойственной другим наукам и, таким образом, приобретают новое качество.

⁵ Брайан Ван Дер Хорст Эдвард Холл - великий дедушка НЛП.
<http://content.mail.ru/arch/19978/1313630.html>

⁶ Музееведение как научная дисциплина//Российская музейная энциклопедия
http://www.museum.ru/RME/sci_museology.asp

Музееведение как формирующаяся научная дисциплина находится в стадии выработки собственного языка. В арсенале музееведческого понятийного аппарата сегодня присутствуют термины, заимствованные из других областей знания, но адаптированные к исследовательским задачам музееведения и приобретшие в контексте музееведения значение, отличное от изначального. Однако, единого мнения о том, что должно представлять собой музееведение, пока не выработано. Причина разногласий, возможно, заключается в том, что, фактически, под общим названием «музееведение» рассматриваются совершенно различные блоки проблем⁷.

Главное предназначение музея – создание общественно-полезных благ. Возникновение и развитие культуры невозможно представить без трансляции человеческого опыта от поколения к поколению во всей его полноте, что изначально обусловлено онтологической потребностью в сохранении единства человеческого рода как основного условия его выживания. И технологии этой трансляции необходимо изучать и совершенствовать. В Европе в начале 1960-х гг. социологический инструментарий, используемый в изучении посетителя музея, пополняется идеями и методами теории коммуникации. Как известно, современное общенаучное понятие «коммуникация» базируется главным образом на двух источниках: математической теории связи К. Шеннона и концепции канадского философа М. Мак-Люэна, предложенной им в 60-е гг. XX в. и имевшей рефлексию в гуманитарном знании. К. Э. Шеннон В 1948 году опубликовал фундаментальную работу *A Mathematical Theory of Communication*, в которой сформулированы основы теории информации⁸. М. Мак-Люэн относил и музеи к коммуникационным средствам, подчеркивая, однако, необходимость

⁷ О.В. Беззубова Некоторые аспекты теоретического осмысления музея как феномена культуры // Триумф музея? СПб., «Осипов», 2005. С. 6 — 27

⁸ Шеннон К. Математическая теория связи. // Шеннон К. Работы по теории информации и кибернетике. М., 1963.

изменения характера их деятельности⁹. Изучение музеев (музееведение) в таком контексте направлено на оптимизацию обратной связи (от посетителя к музею), что необходимо для успешной деятельности музея как канала культурной коммуникации.

Дальнейшее развитие коммуникационного подхода в музееведении связано с именем канадского музеолога Д. Камерона. Работы Д. Камерона способствовали трансформации музееведения как вспомогательной дисциплины предметного знания в самостоятельное междисциплинарное направление в познании. Специфику музея Д. Камерон видит, в первую очередь, в визуальном и пространственном характере музейной коммуникации¹⁰. Он рассматривает музей как коммуникационную систему, включающую в себя каналы визуальной и вербальной информации. Теория коммуникации внесла дополнительные возможности в инструментарий направления, связанного с изучением посетителя, в теории музейного дела появилось направление музейной коммуникации. Музейные экспонаты в данном контексте выступают связующим звеном, позволяющим вести диахронный (между культурами разных эпох) и синхронный (между культурами регионов, этнических, конфессиональных групп и др.) диалог культур.

Критикующей теорию Д. Камерона Э. Хупер-Гринхилл предлагает собственную модель музейной коммуникации, опирающуюся на теорию Ж. Мунена, работавшего в рамках семиологии коммуникации, основным предметом которой выступают «целенаправленные и конвенциональные

⁹ McLuhan M., Parker H. *Exploration of the Ways, Means and Values of Museum Education with the Viewing Public*. New York: Museum of the City of New York, 1969.

¹⁰ Cameron D. *A Viewpoint: The Museum as a Communications System and Implications for Museum Education*. // *Curator*, Vol. 11, 1968. P. 33 — 40 Cameron D.F., Abbey D.S. *Museum Audience Research*. // *Museum News*, Vol.40, October 1961. P. 34 — 38.

коммуникационные системы»¹¹. Необходимыми условиями функционирования таких систем являются:

во-первых, наличие определенного кода, которым владеют все участники коммуникации;

во-вторых, стремление к коммуникации участвующих сторон.

Причем различается два типа знаков:

- знак-индекс, то есть индикатор, несущий информацию о некотором явлении, не наблюдаемом непосредственно (в музее это сами предметы, так как музеефикация объекта всегда связана с изъятием его из повседневного контекста и включением его в новую, искусственно созданную музеем систему, а способ восприятия музейных ценностей связан с возможностью понимать их как форму самораскрытия идеи.);
- знак-сигнал – искусственный индекс, используемый осознанно с целью передать некую информацию и имеющий единое значение для всех, владеющих данным языковым кодом.

Любой предмет сам по себе сообщает человеку некую информацию о мире, то есть является индексом, но, в отличие от знака, он лишен коммуникативной интенции¹².

Музей – место встречи прошлого, настоящего и будущего. Целостность человеческого рода необходимо осознать и передать другим поколениям. Эту задачу – отбора, хранения и передачи наиболее значимых ценностей культуры и выполняет музей, который, являясь своеобразным центром человеческой жизни, специфическим образом музей структурирует культурное пространство. В конце XX – начале XXI века, когда музей вновь как в процессе своего рождения приобрел характер полифункционального

¹¹ О.В. Беззубова Теория музейной коммуникации как модель современного образовательного процесса// Коммуникация и образование. Сб. статей. – Под ред. С.И.Дудника. – СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2004, с. 418 — 427.

¹² Там же.

учреждения, осознание его коммуникативной роли стало особенно актуальным.

Социолог Э. Тоффлер, создатель теории волн развития цивилизации, заметил, что: «Все виды памяти можно разделить на память чисто индивидуальную, или частную, не доступную для других, и память общую, открытую для совместного доступа, то есть социальную. Частная память, не разделенная с другими, умирает вместе с человеком. Социальная же память продолжает свое существование. Наша замечательная способность хранить и отыскивать информацию в общей памяти — вот секрет успешного эволюционного развития нашего вида. И поэтому все, что существенным образом противоречит тому, как мы создаем, накапливаем или пользуемся социальной памятью, затрагивает и самые истоки судьбы»¹³.

Культурная ситуация постмодерна с ее антисистематичностью и иллюзионизмом пересекается в коммуникативном пространстве современного музея с такими его характеристиками, как доступность, массовость, возможность трансляции ценностей культуры. Сходная ситуация наблюдается в культуре в целом. Сегодня зачастую смещаются общепризнанные эстетические критерии позволяющие отделить, например, «искусство» от «неискусства» любой объект может быть объявлен художественным произведением, если он будет перенесен в соответствующий контекст. По тому же принципу гипотетически любой предмет может стать музейным.

Складывающийся сегодня тип технологизированной культуры формирует и свой особый тип восприятия, при котором рационально-критическая оценка действительности уступает место ее виртуально-иррациональному потреблению. Это создает новые условия для воздействия на посетителя музея. Поскольку в повседневной жизни обычный средний человек окружен серийными вещами, переживание подлинности сегодня может

¹³ Тоффлер Э. Третья волна. — М., 2002. — С. 294.

осуществляться только в специально отведенных для этого пространствах – музеях, театрах, концертных залах... Не случайно современные музеи зачастую берут на себя функции подмостков.

Музей так же как театр или архив «машина времени», которая может продемонстрировать не виртуальные, а реальные ценности разных времен и народов. Музей – хранитель, транслятор, и интерпретатор объективной информации и реальных артефактов, место их общения с разнообразной публикой. Проблема формирования ценностей толерантности равно актуальна для всех демократических стран, но преимущественно для мультикультурных сообществ. А коль скоро она становится общественно значимой, музей как социальный институт включается в ее решение. В этой парадигме проблема коммуникации в музее звучит как проблема защиты и трансляции наследия через профессионального коммуникатора, каковым является сотрудник музея. В этой связи приобретает большое значение проблема совершенствования каналов коммуникации, каковыми являются технологии музейной коммуникации и новые технические возможности. Музей как социальный институт может внести существенный вклад в проблему экологии культуры через трансляцию ценностей. Цель воспитания толерантности в музее состоит в утверждении ценности человеческого достоинства через приобщение к поликультурному наследию, обладателем которого является музей.

Техника воздействия в свою очередь, обновляется и совершенствуется за счет приемов выработанных в условиях постмодернистской культурной ситуации. Например, музей истории религии, также как художественный, этнографический или исторический музей, имеет историю в качестве одной из основных внешних парадигм. Основой его коллекций является представление об эстетической или исторической (мемориальной) ценности представляемых предметов. В интерпретации предмета в художественном, историческом или этнографическом музее акцент делается, как правило, на каком-либо одном смысловом аспекте, при этом культовое значение вещи

отступает на задний план. В идеале музеи – должны действовать в ситуациях, где живой культурный продукт встречается с живой публикой (А. Долгин). Это очень важная функция, которая всегда была основой культурного потребления в музее как центре межкультурной коммуникации, на основе которого формируется благодатное поле диалога культур, народов, цивилизаций.

Тема 2. Музейный предмет как основа музейной коммуникации

Традиционно культурная ценность (научная, историческая, художественная) прямо выражается в музейном значении предмета. Однако, в современной ситуации музеи все чаще идут по пути недифференцированного собирательства артефактов. Не успевшие «музеефицироваться» артефакты неумолимо исчезают. Теория тезаврирования (от греч. *thesauros* – сокровищница) трактует музейный предмет как сокровище. Подлинники в совокупности музейных объектов, функционирующих в музее, есть непреходящая ценность с точки зрения познания содержащейся в них информации или художественного образа. Одновременно с новой постановкой вопроса о человеческой истории, вырабатывается особый способ репрезентации, нашедший отражение в принципах организации музейных коллекций. По сути, на примере как антропологического, так и художественного или технического музея можно говорить о формировании определенного образа человека. Так формируется образы прошлого и настоящего.

Образ общечеловеческого прошлого биологического вида *homo sapiens* в антропологических экспозициях, прошлое цивилизаций, отраженное в локальных культурах. В качестве носителей этого прошлого выступают главным образом материальные объекты. Новейшие тенденции в понимании музейного предмета связаны с тем, что теперь история воспринимается не как единый процесс, создающий все более и более совершенные формы, а как возможность различных линий развития. Чужая культура, новые явления

в художественном процессе оцениваются не только с точки зрения прогресса, а изучается в качестве свидетельства существования «иного» мышления.

Музейный источник есть воплощение материальной и духовной жизни: «след», «памятник», «свидетельство», «переживание». Заключенные в нем значения и смыслы формирует историческую память, общезначимые культурные ценности, соединяет отдельных людей в этнические и социальные общности. Такой подход к трактовке музейной коммуникации – историософский или социологический, был впервые сформулирован в начале XX века выдающимся русским мыслителем Н. Ф. Федоровым. «Музей есть выражение памяти общей для всех людей, как собора всех живущих, памяти, неотделимой от разума, воли и действия, памяти не о потере вещей, а об утрате лиц. <...> Музей, в вышесказанном смысле, т.е. в связи с храмом, как сила, переводящая мир из небратского состояния в противоположное, братское, есть сама история, переходящая из бессознательного хода в сознательное действие; это переход рода человеческого в совершеннолетие...»¹⁴. Н. Ф. Федоров возражал против механического собирания, считая, что такой способ создания музея превращает его в склад вещей, мертвое собрание. Для человечества, стремящегося быть единым, существенна собранная в музее память о прошлых поколениях, ощущение преемственности, родства, братства. Поэтому, сохранение социальной памяти и человеческого братства невозможно без музейных собраний и коллекций.

В современных публикациях о музеях подчеркивается также тот факт, что у ценности есть экономическая составляющая. «Ценность, с позиций экономистов очень связана с понятием редкости. А редкость – это соотношение между тем, сколько блага есть в наличии и тем, сколько его хотелось бы иметь. Если дефицит, значит ценность. Если дефицит устраняется, значит, и ценность девальвируется. Стало много, каждый день,

¹⁴ Федоров Н. Ф. Из философского наследия: Музей и культура // Музейное дело. — Вып. 23. — М., 1995. — С. 39, 60.

одно и то же, наскучило»¹⁵. На первый взгляд, музей, как место хранения информации, памяти культуры, можно поставить в один ряд с такими учреждениями, как архив и библиотека, репродуцирующие хранящиеся в них тексты, например, на веб-сайтах. Современные компьютерные технологии освоили широкий спектр технологий копирования и тиражирования. Однако в отличие от текстов музейный экспонат (подлинник), как правило, не поддается полноценному переносу на различные носители информации (например, электронные). Таким образом, сегодня перед музеем стоит проблема интерактивной интерпретации музейного предмета-подлинника.

Подлинник в музее или на выставке может сопровождаться вспомогательными материалами, в некоторых случаях бутафорией. Однако, в музее как правило оказывается важным само его пространство, его структура, принципы его организации. Музей – это система вещей. Коммуникационная система. Насколько привлекателен традиционный музей и музейный подлинник в современной ситуации? Классические музеи сами по себе являются экспонатами ушедшей культуры. Такие музеи так же как хранящиеся в них уникалы и раритеты – объекты национального наследия, бренды территорий. Например, Джоконда или пермская деревянная скульптура, Шигирский идол или Каслинский павильон.

Современный музей стремится стать действующим механизмом культурного пространства, формировать свой имидж не только через экспонат, а через деятельность. Интерактивный музей предстает не только как место хранения ценностей, а как место их производства. Музеи современного искусства, например, задают направление развитию искусства. Объект пребывающий в музее, автоматически рассматривается как ценность, которая становится пригодной для культурного обращения.

Артефакты современной или недавней политики уже занимают свое место в музеях. Стремление к максимальной полноте, заполнению лакун,

¹⁵ Александр Долгин «Культурная революция»: вечных ценностей не существует// «Культурная революция». Телеканал «Культура», 21.12.06

сближают музей с архивом. Мы не знаем, что будут представлять собой доступные сегодня свидетельства политической жизни через несколько десятилетий. Следовательно, критерии отбора музейных предметов чрезвычайно расширяются. Уральский центр Б. Н. Ельцина основан как Центр современной политической истории Урала. Однако, включенный сегодня в индустрию туризма, он вызывает интерес широкой публики благодаря наличию в нем постепенно музеефицирующихся свидетельств недавней истории. На основе выставки «Уральские выборы в ретроспективе» уже планируется создание музея выборов. Коллекции предвыборных материалов, значков, флажков, образцов печатной агитации, коллекция аудио- и видеороликов со всего мира – тиражные предметы, однако они – ценный материал для изучения политических традиций России и других стран мира. Так предметы с условной материальной ценностью в музейном пространстве обретают новый смысл. То же можно сказать о музеях современного искусства, где хранится продукция, стоимость которой увеличивается параллельно с утратой ее актуальности.

В истории немало случаев, когда крупнейшие музеи тратили большие деньги на приобретение и хранение предметов вторичных. Римские мастера копировали и имитировали греческих, ренессансные – античных, европейские – азиатских и т. д. Более того иногда уважаемые музеи приобретали фальшивки. Роттердамский Музей Боймана за 50 тыс. фунтов стерлингов купил подделку под Вермеера работы Ханса ван Меегерена, Лувр приобрел как Тиару скифского царя Сайтоферна вещь, сделанную одесским ювелиром Израилем Рухомовским или «Портрет Бенивьени» работы имитатора Бастиани. «В плане подделки это действительно шедевры» – констатировала о подобных случаях известный эксперт И. Е. Ломизе, считающая, что высококачественная подделка заслуживает к себе

уважительного отношения¹⁶. Однако, сообщества экспертов искусства сегодня все чаще говорят о необходимости создания общей доступной базы данных по музейным коллекциям. Такая база необходима для корректной экспертной работы, а так же для проектирования выставок, обменов. Доказанная подлинность становится своего рода гарантом эстетических или исторических достоинств музейного предмета. Несмотря на то, что часто невозможно атрибутировать предмет без применения технических средств, определенные имена и понятия прочно ассоциируются с принадлежностью к сфере «высокой культуры». Хотя внешний вид объекта не меняется, в зависимости от того, какое имя написано под экспонатом, ценность возрастает.

После разоблачения многие подделки была переданы в Музей декоративного искусства в Париже, где они привлекают к себе не меньший интерес, чем подлинные произведения искусства. Прошедшая в 1996 году в рамках вермееровского фестиваля выставка работ Хана Ван Мейгерена (Кунстхалле, Роттердам), где в числе прочего экспонировались его подделки Вермеера, которые пользовалась колоссальным успехом. Элмир Хори благодаря своим мастерским подделкам художников XX века обрел громкое имя. Все эти и другие подобные случаи демонстрируют, что ценность музейного предмета в глазах потребителя часто зависит от его контекста, а не от подлинной ценности.

В музейном собирательстве и в жизни музейных предметов интолерантность к другому всегда оборачивалась проигрышем для культуры. Разрезанная суфражисткой «Венера с зеркалом» Веласкеса, объявленное дегенеративным и уничтоженное Гитлером искусство экспрессионистов и других новейших течений, испорченная «Даная» Рембрандта, взорванная талибами статуя Будды и многие другие жертвы нетерпимости –

¹⁶ И.Е.Ломизе Об отношении к подделкам (Постановка вопроса) // Экспертиза и атрибуция произведений изобразительного искусства. Материалы II научной конференции. М., 1998. С.41.

свидетельство того, что нетерпимость и музей – полярные понятия. Таким образом, музейный предмет избирается как сокровище, свидетельство, переживание и как объект коммуникации. Теория коммуникации изучает музей как специфическую коммуникационную систему предметов, в рамках которой происходит передача социально значимой информации в пространстве и времени.

Раздел II.

Музей как феномен культуры

Тема 3. Музей в истории культуры

Зарождение музея как феномена культуры нашло отражение в названии этой институции, которым мы до сих пор пользуемся. Возникнув как святилище муз, музей сразу позиционировал себя как поликультурная среда. Однако, содружество муз (греч. Μοῦσα — мыслящие) в греческой мифологии не сразу стало подразумевать такую среду. Олимпийские музы восходят к архаическим музам – хтоническим существам. Так же как между богами и людьми в греческой мифологии часто происходили конфликты, основанные на фобиях (Аполлон и Марсий, Афина и Арахна и др. мифы, демонстрирующие зависть богов к талантам людей, наказание людей за вторжение в божественные сферы и т. д.), архаические музы жестоки и сурово наказывали каждого, кто осмелится с ними соперничать.

Однако, олимпийские музы классической мифологии – дочери Зевса, они связывают прошлое, настоящее и будущее. Они наставляют и утешают людей, относятся к ним в целом доброжелательно, воспевают законы и славят добрые нравы богов. Классические музы неотделимы от упорядоченности и гармонии олимпийского мира. Так же, как и остальные боги, олимпийские музы имели свои храмы, которые назывались мусейонами или мусеями. Функции муз постепенно разграничивались по мере дифференцирования искусств, чтобы снова соединиться в образе Александрийского мусея.

Будучи создан диадохом Птолемеем на территории, завоеванной Александром Македонским в построенном им городе, Мусей должен был поддержать имидж власти. После смерти Александра Македонского, Птолемей захватил власть в Египте и тут же сделал Александрию своей резиденцией. Постепенно этот мультикультурный город стал центром наук и искусств, дал имя целой эпохе античной культуры — александрийской. Александрия многонациональный город выражал идею эллинистического мультикультурализма. Расцвет александрийской культуры пришелся на времена первых трех Птолемеев. Начало этого расцвета связано с прибытием в Александрию изгнанного из Афин философа Деметрия Фалерского. Деметрий предложил Птолемею создать в Александрии центр культуры и искусств, назвать его Мусеем, собрать в нем все ценные рукописи, а также привлечь ученых. В 307 году до н. э. Мусей был открыт. Мусей был частью помещений царских дворцов, занимавших четверть города. Наиболее вероятным автором зданий Мусея был знаменитый Дейнократ, соединивший в своих творениях черты греческой и египетской архитектуры, поражавший современников своими фантастическими архитектурными идеями.

Деятельность Мусея связана также со святилищем бога Сераписа. Многие ученые считают, что культ был создан для того, чтобы объединить египетскую и греческую религиозную традицию. В Египте в конце IV в. до н. э. появилось множество греков и македонцев, приехавших со всех концов известной эллинам ойкумены, и введение культа Сераписа могло стать способом их объединения. При этом по своему происхождению это божество должно было быть связано с богами египетского пантеона, т. к. в древности священную власть над определенной территорией мог иметь только тот бог, который имел местное происхождение. Серапис стал восприниматься не просто как верховное, а как высшее трансцендентное божество, к которому можно обратиться с любой просьбой.

Наивысшей славы Мусей достиг при Птолемеи III Эвергете, которого современники прозвали Мусикотатос, то есть покровитель муз. Мусей

превратился в интеллектуальный центр древнего мира. Но наряду с научными изысканиями и коллекционированием музеев в своей концепции содержал то, что сегодня в музейном мире называется ПАП (программы, адресованные публике). Это была демонстрация новых машин, механических игрушек, изобретений, ботанический и зоо- сады, публичные лекции и диспуты, индустрия гостеприимства для ученых и путешественников. Таким образом, античный музей был похож не только на выставку достижений, НИИ или библиотеку, но и на технопарк или диснейленд, зоопарк, парк культуры. И менее всего образ Александрийского музея ассоциируется а расхожим представлением о музее (где ничего нельзя трогать, шуметь, и в «в греческом зале» не закусить). Интерактивная работа в Музее заключалась, в частности, в приеме паломников, научных диспутах, тиражировании редких рукописей, трансляции научных идей. Здесь изучали философию, историю, географию, астрономию, физику, медицину, математику... Поэтому плоды деятельности ученых музея были чрезвычайно значимы.

Царский библиотекарь Эратосфен, работая в Музее, написал «Землеописание» и вычислил длину радиуса земного шара. Евклид здесь написал свои «Элементы математики». Знаменитый греческий ученый-механик Ктесибий (11—1 века до н. э.) изобрел – толкающий водяной насос, который выбрасывал при помощи воздушного давления воду по трубе вверх.

Герон Александрийский (Старший) (ок. 1 в.) – математик, физик, механик, изобретатель (Леонардо да Винчи античности) сконструировал в музее заводной кукольный театр, в котором куклы сами выходили на сцену, исполняли свою роль и удалялись. Герон также изобрел ряд приборов и автоматов, в частности автомат для продажи «священной» воды, прибор для измерения протяженности дорог, действовавший по принципу современного таксометра, различные водяные часы и многое другое.

Исследования в музее велись индивидуально, но результаты их обсуждались коллективно. В зале философы излагали свои учения, поэты читали стихи. В спорах участвовали все ученые, часто в присутствии царя.

Посещали Мусей ученые и путешественники из других стран. После Деметрия Фалерского Мусейон возглавил поэт Каллимах. За время работы в Мусейоне он создал 120-томный «Каталог Александрийской библиотеки».

В музее царил обстановка толерантности и творческого состязания. И в дальнейшем наибольший ущерб Мусею наносили преследования ученых, а не пожары (при Юлии Цезаре, Каракалле и Аврелиане), как было принято считать. Деметрий Фалерский погиб в ссылке, куда он был отправлен за вмешательство в политику. Многие ученые и поэты были казнены в царствование Птолемея VIII пришедшего к власти нелегитимным путем. В период христианизации Римской империи фанатиками-христианами была убита Ипатия Александрийская, возглавлявшая последний интеллектуальный кружок александрийских язычников, а здания Мусея пришли в запустение. Упадок Мусея наступил еще до арабского завоевания. Сегодня отвергнута легенда о сожжении книг Мусея при халифах. Однако очевидно, что главной причиной гибели Мусея была нетерпимость.

В принципе Мусей не был случайным и единичным явлением. Его поучительная история так или иначе повторяется на следующих этапах развития культуры. Как отмечает Т.П. Калугина: «Важнейшие этапы в развитии музея (в совокупности знакомого нам, оформленного института культуры и его исторических прототипов) совпадают с периодами, которые можно охарактеризовать как «эпистемологически близкие постмодернизму», как некую с неизбежностью повторяющуюся константу европейской культуры, (а может быть, и не только европейской, но и всякой другой, развивающейся по сходной модели). Речь идет об эллинизме, маньеризме, историзме второй половины – конца 19 века и «настоящем» постмодернизме нашего времени»¹⁷.

¹⁷ Т.П. Калугина Культура-«музеефикатор»: метафора и реальность//Методология гуманитарного знания в перспективе XXI века. К 80-летию профессора Моисея Самойловича Кагана. Материалы международной научной конференции. 18 мая 2001 г. Санкт-Петербург. Серия «Symposium». Выпуск №12. СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2001. С. 209.

Добавим, что фоном для такого «музеефикаторского типа культуры» (Т.П. Калугина) всегда становится веротерпимость, уважение к культурному наследию, демократизм. Возникший в поликультурном мире на фоне эллинистического либерализма Мусей естественно вырос на этой почве как центр культурного сотрудничества далекого от политических и религиозных катаклизмов. «Появление такого рода образования именно в эту эпоху, несомненно, отвечало глубинным потребностям культуры. Гигантский котел эллинизма (греческая культура как «высокая норма» и адаптация культур многочисленных регионов, включенных в «эллинистическую ойкумену»; синкретизм как основная черта официальной эллинистической религии и своеобразии местных культов; великие естественно-научные открытия и широкое развитие магии и мистики и т.д.) мог быть структурирован только с помощью универсалистского, энциклопедического подхода. После высочайшего взлета креативности в эллинской классике культура как бы сделала выдох, занялась «самоинвентаризацией». Для этого ей был нужен свой «тезаурус», предметным воплощением которого и становится Мусейон»¹⁸.

Черты поликультурализма присущи и парадигме эпохи Возрождения. В культуре этого периода естественно сосуществуют языческое и христианское. Итальянские гуманисты упоминали как достоинство культуры разнообразие людей, культур и народов. Процесс нацистроительства в эпоху Возрождения, развитие реформации, а затем контрреформации сочетается с новыми внерелигиозными исканиями. Коллекционирование в это время – проявление интереса к разнообразию мира и престижное занятие. Коллекция и музей так же как гуманистические кружки – показатель интеллектуальности. Интерес к непохожему, «другому» в это время выступает как одна из культурных ценностей, представляющая собой норму цивилизованного компромисса между разными культурами. Готовность к принятию иных логик и взглядов является условием сохранения

¹⁸ Там же. С.212.

разнообразия, своего рода исторического права на отличность. В цитадели христианства Ватикане античные языческие Аполлон или Лаокоон соседствуют с христианскими ценностями, предметами роскоши, редкими книгами или географическими картами. И ценители прекрасного и паломники стремятся увидеть античные памятники наряду с христианскими святынями. Увядание средневекового типа культуры к началу проторенессанса вызвало к жизни плюрализм времени, как плодотворную почву для следующего витка развития.

Характерный для этой эпохи тип собрания – Кунсткамера также представляет собой переход от типа «культуры-веры» (Ю.В. Гафанова) к культуре знания, любопытства и развлечения. *Kunstkammer*, нем. – кабинет искусства, *cabinet of curiosities*, англ. – «кабинет редкостей», *Wunderkammer*, нем. – «кабинет чудес». Кабинеты редкостей начали появляться в Европе в конце 15 века, получили широкое распространение в 16 — 17 веках и отражали картину мира своего времени. «Каждое такое собрание в целом должно было репрезентировать весь Универсум природы и человеческого бытия, должно было стать *teatro totale* или *theatrum mundi*, о котором мечтали маньеристы. Настоящий ученый джентельмен, утверждал Фрэнсис Бэкон, если он желает «в малом масштабе создать свою личную модель Универсума», должен иметь «красивый, огромный кабинет, где было бы собрано все, что сделано человеческой рукой или машиной изысканным способом из редкого материала, в редкой форме или с удивительным движением; что исполнено с некой особенностью, удачей и ловкостью; все, что Природа создала в вещах, которые хотят жить и могут быть сохранены»¹⁹.

Дальнейшее развитие светского искусства и наук, исследующих окружающий мир превратило кабинеты редкостей в публичные музеи. В

¹⁹ Т.П. Калугина Интернет как «новая кунсткамера» // Виртуальное пространство культуры. Материалы научной конференции 11-13 апреля 2000 г. СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2000. С.133.

эпоху Просвещения центре внимания оказался человек-гражданин, носитель идеи «общего блага». XVIII столетие с его культом вкуса особенно актуализовало визуальные впечатления. Это время наглядного воспитания и просвещения. Братья Демидовы в своих путевых дневниках подробно описывают посещения кунсткамер и музеев. Например, из их описания Британского музея очевидно, что они хорошо и обстоятельно знают историю его создания, цифры и факты: «смотрели ... так называемой Музеум британикум, который особливо состоит из музея, купленного парламентом за 20 000 фунтов стерлингов от наследников доктора Слоана, а к тому присовокуплена королевская библиотека и котонская, к оным покуплены занедолго за 10 000 фунтов изрядные палаты графа Монтегюя, книги в оном нижнее жилье занимают, коих 50 до 60 000 считается, но кои еще не все порядочно разставлены»²⁰.

В «Журнале путешествий Акинфия Никитича Демидова по иностранным государствам...» читаем: «Не упустили видеть столь славной натуральной истории кабинет Оранского принца, в котором все вещи собраны самые лучшие в великой бережливости и целости порядочно, и по местам поставлены за чистыми стеклами. Разные и удивительной красоты раковины, как хорошее кружево мадрапоры, корали красные, белые и черные, довольно немалые деревцы, которых цельнее не можно нигде видеть, всякие животные насекомые, и птицы, которых так засушены и соблюдены чучелы, что любоваться надобно: жуки, бабочки, червячки, разные камни, агаты и руды; также и многие окаменелые вещи»²¹.

Таким образом, музей в парадигме культуры эпохи Просвещения выражает присущий этой эпохе пылкий интерес к «другому». Еще один

²⁰ Материалы путешествия Александра, Павла и Петра Демидовых Демидовский временник. Исторический альманах. Кн. 2. Екатеринбург. 2006. с. 473

²¹ Журнал путешествия его высокородия господина статского советника, и Ордена Святого Станислава кавалера Никиты Акинфиевича Демидова. По иностранным Государствам с начала выезда его из Санкт-Петербурга 17 марта 1771 года по возвращение в Россию, ноября 22 дня 1773 года. М., 1786. с. 19

важный аспект эпохи – уважение к памятникам и памяти. Культура XVIII столетия «...относится к памятнику как средству, обеспечивающему связность и устойчивость жизненного опыта человечества, непрерывность существования «вечных идей», «абсолютных истин»»²². Созданные в конце XVIII – начале XIX века утопические проекты музеев (Ж.-Ф. де Нефорж, Э.-Л. Булле и др.) транслируют идею музея как внерелигиозного храма культуры и памяти. Воплощению рождавшегося в идеологии эпохи Просвещения нового типа музея, доступного для народных масс, способствовала Французская Революция с ее идеями свободы, равенства, братства. Работа по организации «Центрального музея искусств» ("Museum central des Arts") в Лувре, открывшегося для народа в 1793 году была поручена специальной авторитетной комиссии. После 1794 года благодаря победам революционной армии множество произведений искусства доставлялись в Лувр с намерением учредить здесь главный Европейский музей. Переименованный в 1803 году в «Музей Наполеона», он продолжал расширяться, пополняясь благодаря заказам, приобретениям и военным трофеям. Коллекция значительно обеднела в 1815 году, когда встала проблема реституции музейных ценностей.

XIX век стал периодом утверждение музея как национальной сокровищницы и мультикультурной формы. Новые музейные здания и новые технологии музейной экспозиции формировали в пространстве музея поликультурный мир египетских и греческих, этрусских и римских, средневековых и ренессансных, китайских и др. залов. Система ориентирования в этом поликультурном мире стала насущной проблемой работы с музейной публикой. Параллельно в это время возникла потребность в теоретическом осмыслении вопросов музейной жизни. Появились музееведческие журналы, организации музейных деятелей, в которых активно декларировалась и обсуждалась необходимость демократизации

²² Н. Н. Ерофеева Память и памятник в концепциях XVIII века // Век Просвещения Россия и Франция. Материалы научной конференции «Випперовские чтения–1987». Выпуск XX. М., 1989. с.222.

музея. Потребность коммуникации и приобщения к этому огромному миру общечеловеческих ценностей стала основой перевоплощений частных коллекций в публичные музеи.

Музей XX века продолжает заниматься проблемой коммуникации музейного предмета и публики. Так задача привития толерантности к современному искусству стала причиной рождения новой концепции – музея современного искусства. Поиски интерактивности в ее разнообразных проявлениях были обусловлены здесь необходимостью ответа на неприятие публикой искусства авангарда. Таким ответом стало создание Музея современного искусства в Нью-Йорке (МОМА), центра им. Ж. Помпиду в Париже и других подобных институций XX века с их интерактивными просветительскими программами.

Характеризуя «поле» музея XX столетия Юбер Дамиш подчеркивает ««поле» – но это не открытое поле, а скорее территория с изначально заданной структурой, с заложенной информацией и программой... Мы сами можем превратить музейное поле в лабораторию, как уже собственно и пытались сделать многие, начиная с Марселя Дюшана»²³. В музеях современного искусства плодотворно синтезировались функции «американской» и «европейской» моделей музея. Этот новый тип музея, так же как и хранящееся в нем искусство, предусматривает самые разные эксперименты, обуславливающие акцент на развитие коммуникативных функций музея и толерантном восприятии причуд современного искусства.

Вместе с тем в 1930-е годы музеи в тоталитарных государствах используются для утверждения тоталитарной идеологии. Хайматмузеумы формируют в массовом сознании моральный идеал Третьего рейха²⁴.

²³ Дамиш Ю. Ходы. Игра в шахматы и карты с музеем. Пинакотека № 12. М., 2001. С. 25.

²⁴ Круус-Рамирес А. Музеи родного края: Извращение идеи//Museum. № 148. с. 62.

Национальный музей в Кейптауне строит свою экспозицию на диспропорции двух культур сложившейся в результате политики расовой дискриминации²⁵.

После первой мировой войны основой взаимодействия музейного сообщества в развитии музейных межкультурных коммуникаций становится новая музейная организация. В 1946 году создается Международный совет музеев ИКОМ (International Council of Museums) – неправительственная профессиональная международная организация. ИКОМ имеет в ЮНЕСКО высший консультативный статус категории «А». ИКОМ – международная организация музеев и музейных специалистов, которые занимаются хранением, развитием и взаимодействием общества и мирового природного и культурного наследия, настоящего и будущего, материального и нематериального наследия²⁶.

ИКОМ финансируется за счет взносов членов комитета и поддерживается ЮНЕСКО, фондом ИКОМ и отдельными национальными комитетами. ИКОМ претворяет в жизнь программы ЮНЕСКО для музеев. Штаб-квартира ЮНЕСКО находится во Франции в Париже, там же находится и секретариат ИКОМ и информационный центр ИКОМ–ЮНЕСКО.

В соответствии с Уставом, целями и задачами ИКОМ являются:

- содействие развитию музейного дела во всем мире;
- сохранение наследия и борьба с запрещенной торговлей культурными ценностями;
- обучение музейных работников и повышение профессиональных стандартов;
- оказание помощи музеям и музейным работникам;
- налаживание сотрудничества между музейными учреждениями и специалистами различных стран.

²⁵ С.И. Сотникова. Музеология. М., 2004. с. 106.

²⁶ ICOM <http://icom.museum/>

Все это, в свою очередь, способствует развитию сотрудничества и взаимопонимания между народами. В настоящее время в ИКОМ входят более 22000 индивидуальных и коллективных членов из 165 стран мира. В состав ИКОМ входит также 15 присоединенных международных ассоциаций.

В 2004 году Генеральной Ассамблеей в Сеуле принят новый стратегический план ИКОМ, который выполняется Секретариатом ИКОМ, Национальными и Международными комитетами.

В рамках ИКОМ работает «Международный комитет по музеологии» ICOFOM – это международный форум для проведения музеологических дебатов²⁷. В трактовке ИКОФОМа музеология касается в теории любой индивидуальной или коллективной деятельности связанной с представлением, интерпретацией, взаимодействием нашей культуры и природного наследия с социальным контекстом, в котором имеют место специфические отношения «человек – объект».

Хотя область музеологии гораздо шире, чем просто изучении музеев как таковых, его основой и предметом внимания ИКОФОМа все же остаются – функционирование, деятельность и роль музеев в обществе как хранилище коллективной памяти. ИКОФОМ так же изучает различные музейные профессии, это важная тема для взаимосвязи между теорией и практикой. В практических аспектах музейной работы, которые изучает ИКОФОМ, акцент делается на музеографию и выставочное дело. Все материалы публикуются в постоянном информационном издании, которое распространяются среди членов комитета.

Вступая в ИКОМ, его члены обязаны следовать положениям Кодекса музейной этики ИКОМ. Он устанавливает минимальные стандарты профессиональной деятельности для музеев и музейных работников. Кодекс музейной этики ИКОМ был подготовлен Международным советом музеев. Он содержит положения этики для музеев, ссылка на которые дана в Уставе

²⁷ ICOFOM <http://www.lrz-muenchen.de/~iims/icofom/>

ИКОМ. В Кодексе отражены принципы, обычно принимаемые международным музейным сообществом.

Минимальные стандарты для музеев в Кодексе музейной этики ИКОМ представлены как ряд принципов, поддерживаемых руководством по профессиональной практике. В некоторых странах отдельные минимальные стандарты определены законом или постановлением правительства. В других, руководство и оценка минимальных профессиональных стандартов могут быть доступны в форме «аккредитации», «регистрации» или подобных оценочных схем. Если такие стандарты не определены, руководство может быть получено через Секретариат ИКОМ, национальный комитет ИКОМ или соответствующий международный комитет ИКОМ. Предполагается также, что отдельные страны и специализированные организации, связанные с музеями, должны использовать данный кодекс в качестве основы для развития дополнительных стандартов.

Кодекс музейной этики ИКОМ опубликован на трёх официальных языках организации – английском, французском и испанском. ИКОМ приветствует перевод кодекса на другие языки. Однако, перевод будет считаться официальным, только если он рекомендован, по крайней мере, одним национальным комитетом страны, в которой говорят на этом языке, как правило, первым. Если язык используется более, чем в одной стране, предпочтительно, чтобы перевод также был обсуждён в национальных комитетах этих стран. При подготовке официальных переводов необходима лингвистическая, а также музейная экспертиза. Должны быть указаны языковая версия, использованная для перевода, и названия привлечённых национальных комитетов. Эти условия не ограничивают перевода кодекса целиком или частично для использования в педагогических целях или изучения²⁸.

²⁸ Этический кодекс для музеев http://icom.museum/ethics_fr.html

Еще одна международная организация, основанная на принципах сотрудничества и толерантности – Европейский музейный форум. Это транснациональная европейская некоммерческая организация, действующая под эгидой Совета Европы и официально зарегистрированная в Великобритании²⁹.

Миссия Европейского музейного форума – повышение стандартов и продвижение образцов высокого качества в европейской музейной деятельности. Форум призван служить точкой отсчета и арбитром для всей европейской музейной сцены, вместе с тем быть доступным информационным и образовательным центром.

ЕМФ ежегодно проводит один из самых авторитетных музейных конкурсов – Конкурс на Лучший европейский музей года. Участниками конкурса могут стать недавно созданные, реформированные или модернизированные музеи. Европейский музейный форум публикует брошюру с описанием участников и победителей конкурса; организует трехдневную конференцию, в рамках которой происходит церемония вручения наград победителям Конкурса.

ЕМФ проводит в различных странах Европы международные мастерские, собирающие музейных профессионалов; предоставляет индивидам и организациям возможность вступить в Ассоциацию ЕМФ, чтобы получать публикации Форума и приглашения на национальные и международные мероприятия; участвует в программах Евросоюза по культуре, образованию и науке. Европейский музейный форум совместно с Институтом музейного дела в Берлине формирует архив, доступный для исследователей и содержащий информацию обо всех кандидатах Конкурса на Лучший европейский музей года, начиная с 1977 года.

18 мая музеи всего мира отмечают Международный день музеев. В 1977 году 11 генеральная конференция ИСОМ проходившая в Москве и Ленинграде, приняла решение по предложению российской делегации о

²⁹ Европейский музейный форум <http://www.europeanmuseumforum.ru/>

ежегодном профессиональном празднике. Предложение внесла И.А. Антонова, директор Музея изобразительных искусств им. А.С. Пушкина. В Международный день музеев Музеи устраивают дни открытых дверей, проводят необычные экскурсии, выставки, концерты, с 1994 года «Длинные музейные ночи».

Каждый год Международный день музеев отмечен какой-то темой. 2003 год ИСОМ посвятил Дружбам музеев, чтобы отдать дань важной, но малоизвестной роли, которую они играют. Всемирная Федерация Друзей музеев (FMAM) насчитывает более миллиона друзей, волонтеров и спонсоров из всех стран мира. «Друзья музеев» – добровольные помощники персонала, партнеры или спонсоры. Они помогают музею в его ежедневной работе, оказывают помощь в пополнении коллекции. В их силах и компетенции устанавливать связи между музеем и общественностью или ходатайствовать перед правительством от своего имени, действуя как частное лицо или как член ассоциации Друзей. FMAM дает рекомендации по организации новых групп Друзей музеев.

По словам Жака Перо, президента ИСОМ, «музеи должны занять место в сердце общества и быть открытыми общественности. Развитие наших учреждений зависит в большой степени от помощи общественности, и мы должны предложить ей возможность поддержать наши цели и принять участие в нашей работе. Таким образом, необходимо, чтобы музеи и их Друзья работали вместе, в духе творчества и инноваций»³⁰.

Наиболее актуальными в работе международных музейных организаций являются вопросы возможностей музея мобильно включаться в современные реалии и улавливать перемены в обществе. Музей, как социально ориентированный институт, должен находиться в постоянном контакте с разными группами посетителей. В идеале музей должен уметь работать как с общественной традиционной культурой, так и с субкультурами,

³⁰ 18 мая Международный день музеев
<http://www.tretyakovgallery.ru/russian/events/2003/celebrations/18may.html>

корректировать свою работу в соответствии с современными требованиями. То есть задача музея – функционировать как открытая система. Следовательно, проблематика современного музея развивается в русле вопросов социологии и музейной коммуникации.

В поле этой проблематики в 60-70 годах XX века появляется концепция «интегрированного музея». Она получает своё развитие в направлении «новая музеология». Для становления «Новой музеологии» как науки важнейшую роль сыграл Международный семинар «Экомuzeи и новая музеология», который состоялся в 1984 году в Квебеке. По его итогам была принята резолюция, вошедшая в историю как Квебекская декларация. В декларации сообщается о целях и основных принципах нового движения. Авторы Квебекской декларации, выступая за поворот музеологии к социальным и политическим проблемам, считают, что «в современном мире, который стремится использовать для своего развития все средства, музеи должны выйти за пределы традиционных задач и функций: идентификации, консервации и просвещения – и перейти к осуществлению более широких программ, которые позволят им активнее участвовать в жизни общества и полнее интегрироваться в окружающую среду»³¹.

Тема 4. Музеи в контексте истории России

На Руси протомузейными формами были великокняжеские сокровищницы, культурные сады, храмы и церковные ризницы, аптеки, аптекарские огороды, арсеналы, зверинцы. Возникшие в разное время и с различными задачами они обладали общей чертой: их деятельность предусматривала наличие системы вещей – свидетельств разнообразных форм природы и культуры. На фоне консолидации Руси и после освобождения от монголо-татарского ига в Московском Кремле в 1547 возникает такой протомузейный феномен как приказ Оружейной палаты. Это центральное государственное учреждение стало прототипом и

³¹ С. И. Сотникова. Указ. соч с. 143

предшественником музея сложившегося почти три века спустя на его основе. Хранилище оружия, затем – место его изготовления, место закупки и хранения драгоценностей, предметов дворцового обихода, позже – мастерская иконописания и живописи. В коллекциях Оружейной палаты соседствуют ценности разных культур и времен.

С 1714 г. – основания первого российского музея Петербургской кунсткамеры музейное дело в России начинает развиваться даже более стремительно, чем в Европе. В 1757 – создание в Санкт-Петербурге Академии художеств, открытие при ней (в 1758) первого учебного художественного музея. В 1764 – основание Эрмитажа. В 1770 – Возникновение Модель-камеры (собрания сельскохозяйственных и других механизмов, переросшее позднее в музей) при Вольном экономическом обществе и т. д.

Музей на первых порах становится диалоговым окном для разных культур: европейской и российской, высокой и низкой. «...театральные постановки и открытый для публики музей, которые имели своими истоками как средневековый балаган с его занимательностью, действием-действием, так и европейскую науку с присущим ей механицизмом и интересом к человеку. Как социальные институты, выполнявшие важные для укоренения нового пропогандистские функции, театр и музей маркировались как явления с высоким статусом»³².

Далее история музеев России совпадает с мировой. Музеи становятся важнейшими носителями культурной политики. В них интенсивно развиваются социальные функции. С развитием городов России в них появляются музеи. В 1782 в Иркутске открывается первый провинциальный музей в России. В 1837 Павел Николаевич Демидов издает распоряжение о создании в Нижнем Тагиле «музеума истории и древностей». Открытый в

³² Ю.В. Гафанова Кунсткамера и трансформация представлений о сакральном в петровскую эпоху//Христианская культура на пороге третьего тысячелетия. Материалы научной конференции. 12-14 июня 2000 г. Серия “Symposium”, выпуск 5. СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2000. С.87.

1852 г. Новый Эрмитаж построенный Л. фон Кленце становится одним из крупнейших универсальных музеев в истории мировой культуры. На фоне культуры романтизма появляются проекты национальных музеев (Б.Г. Вихмана, П.П. Свиньина), их продолжением стало основание в 1872 Императорского Российского Исторического музея в Москве, 1895 – учреждение Русского музея (Императорского музея русского искусства императора Александра III), передача П.М. Третьяковым своей галереи в дар городу Москве в 1892 г. Идея учебного эстетического музея, опубликованная ранее З.А.Волконской, воплощается в заложенном И. В. Цветаевым в 1898 г. и открытом в 1912 в Москве Музея Изящных искусств.

Тема 5. Отечественные музеи в XX веке

1902 г. происходит открытие Этнографического отдела Русского музея в С-Петербурге, ставшего основой Этнографического музея, посвященного культуре и быту народов России. В 1912 прошел так называемый Предварительный съезд музейных деятелей. Эти позитивные тенденции музейного строительства и становления музейной науки некоторое время продолжают после революции. Идет интенсивное формирование музейной сети. В 1918 создан Государственный музейный фонд, а в 1919 проводится Первая Всероссийская музейная конференция в Петрограде. Первый съезд музейных деятелей Урала и Приуралья состоялся в Екатеринбурге в апреле 1921 года.

Однако с усилением классовой борьбы 1920–30-х годах музей становится территорией политики. Музейные выставки этого времени формируют образ врага, отвлекая тем самым внимание от процесса продаж музейных ценностей, закрытия и сноса храмов, уничтожения икон. Колоссальный ущерб коллекциям и статусу музеев нанесла государственная распродажа музейных фондов в 1920–30 годах, когда огромное количество шедевров изобразительного и прикладного искусства было продано на аукционах для получения необходимой для Советской России валюты. Многие музейные

ценности были подарены «друзьям СССР» или ушли в личные собрания вождей.

Распродажи велись не только из столичных музеев. Летом 1930 г. всем краеведческим организациям и учреждениям было направлено письмо ЦБК «О содействии экспорту», в котором «одной из форм активного участия краеведческих организаций в социалистическом строительстве» являлось «содействие экспорту научного материала»³³. Распродажи шли на фоне разгрома краеведения и расцвета атеизма.

В 1928 году был изъят из церковного ведения Исаакиевский собор. Решением ВЦИКа от 18 июня 1928 года религиозная община (церковная двадцатка) Исаакиевского собора была ликвидирована, а сам храм передан в ведение Главного управления научными и научно-художественными учреждениями. Популярный в то время вульгарный социологизм способствовал тому, что к 1931 году антирелигиозные разделы стали главенствующими в экспозициях, а передача церковных зданий музеям – обычной практикой.

На основе антирелигиозной выставки прошедшей в Зимнем дворце в Ленинграде в 1932 году создается Музей истории религии в помещении Казанского собора. В Свердловске в доме Ипатьева, где была расстреляна царская семья, также устраивается сначала Уральский музей Революции, затем – Антирелигиозный музей, Совет безбожников, ректорат Урало-Сибирского коммунистического университета и т. п.³⁴.

В 1936 г. открывается Центральный музей В.И. Ленина. Новые идеологические основы работы музеев разрабатывает в 1930 г. Первый Всероссийский музейный съезд. Начинается издание журнала «Советский музей» (1931–1940). Музейные работники и краеведы подвергаются репрессиям. После «года великого перелома» начались аресты и судебные преследования ученых-гуманитариев и ученых-краеведов.

³³ Краеведение и идеология <http://www.regionavt.ru/articles/theory1.shtml>

³⁴ http://ru.wikipedia.org/wiki/Дом_Ипатьева

В период Великой отечественной войны «эвакуированные музы» вновь собирают культурные силы. В это тяжелое время начинается процесс консолидации музейного сообщества, который продолжится в 1950-е годы. Российский комитет Международного совета музеев (ИКОМ России) является членом Международного совета музеев с 1957 года (тогда Советский комитет). В 1992 году Советский комитет был преобразован в Российский. Сегодня он объединяет более 10000 музейных специалистов, представляющих российские музеи³⁵.

С 1958 – начинается процесс создания историко-архитектурных и художественных музеев-заповедников, ставших центрами формирования национальной идентичности и объектами интенсивного культурного туризма.

На фоне хрущевской оттепели в Советском Союзе начинает формироваться «Музейный бум» продолжающийся в 1960 – нач. 1980-х гг. Это время высокого престижа музейных профессий, крупных международных выставок (экспозиция «Джоконды», выставка «Москва–Париж» и многие другие международные проекты), очередей в музеи, развития музейной науки. Одним из перспективных направлений музейной науки стала музейная социология. В Русском музее в 1974 году был создан Отдел социально-психологических исследований. Подобные отделы, впоследствии быстро закрывшиеся, появились в разных культурных учреждениях Москвы и Санкт-Петербурга.

В постсоветское время на фоне демократизации процесс международного сотрудничества ускоряется (выставка «Берлин–Москва», многочисленные выставки русского искусства за рубежом). В 1983 г. возобновляется издание журнала «Советский музей» (с 1993 – «Мир музея»)³⁶. Интенсификация международных обменов затрагивает и местные музеи.

³⁵ <http://www.icom.org.ru/>

³⁶ «Мир музея» Журнал <http://www.mirmus.ru/>

1984 г. – создание кафедры музейного дела в Академии переподготовки работников искусства, культуры и туризма. 1987 г. – открытие кафедры музееведения в Московском государственном историко-архивном институте. Готовится ряд новых законов в сфере наследия (1992 г. – Указ Президента «Об особо ценных объектах культурного наследия Российской Федерации»; 1996 – закон «О Музейном фонде Российской Федерации и музеях Российской Федерации»). 2001 Осуществлено издание «Российской музейной энциклопедии»³⁷.

В 1995 году на I Красноярской музейной биеннале была учреждена Ассоциация «Открытый музей». С первых дней работы Ассоциация поставила перед собой задачи консолидировать культурные инициативы в музейной и образовательной сферах, способствовать плодотворным контактам музейных профессионалов обширного Сибирского региона и России в целом. В 1999-2000 гг. Ассоциация реализует проект «Развитие инфраструктуры Российского региона в сфере культуры», в рамках которого берет опеку над периферийными сибирскими музеями, предлагая им поддержку в обеспечении современными средствами связи – электронной почтой, доступом в Интернет³⁸.

В 2000 году несколько музеев вступили в сообщество пользователей электронными средствами коммуникации и получили web-представительство в Интернет. Еще один большой проект Ассоциации, освещаемый средствами электронной информации – «Сибирские Музейные мастерские». На «Сибирских Музейных мастерских» профессионалы из российских музеев и специалисты по профилю мастерской в процессе совместной деятельности достигают заранее спроектированного результата (например, создание экспозиции, обучение детей, создание видеофильма и т.п.). Информация о ходе мастерских обновляется ежедневно и в полном объеме помещается на

³⁷ Российская музейная энциклопедия: В 2-х тт. – М., 2001

³⁸ Ассоциация "Открытый музей" (АОМ) <http://www.museum.ru/museum/aom>

сайте. Это фотографии с места событий, материалы газеты “Музейный квартал”, которая выходит в дни мастерской, другие тексты, а также телеконференции между участниками мастерской и музейными профессиональными из-за рубежа³⁹.

В декабре 2000 года состоялось Всероссийское совещание работников музеев. На нем было принято решение: создать Союз музеев России – добровольную некоммерческую организацию, объединяющую музеи и музейные объединения⁴⁰. Таким образом, процесс демократизации стал почвой для интенсивного развития музейных организаций и праздников. Понятие музейная сеть все чаще вытесняется понятием музейное сообщество.

В 2003 г. – Фестиваль музеев «Интермузей» обозначил новые тенденции в музейной деятельности начала XXI века⁴¹. Фестиваль проводится при поддержке Правительства Москвы, Российского Комитета ИКОМ. Участники фестиваля: – российские и зарубежные музеи различного профиля, зарубежные музеи, галереи, а также музеи архивов, библиотек, общественных и благотворительных организаций, народных художественных промыслов, предприятий и учебных заведений. Структура фестиваля:

- Основная фестивальная экспозиция
- Конкурсная программа
- Деловая программа
- Интерактивные, театральные-музейные программы

В 2005 году в Москве по инициативе Музейного объединения «Музей истории Москвы» создан самый молодой, 30-й международный комитет ИКОМ, – Международный комитет по коллекциям и деятельности музеев городов (сокращенно САМОС). Презентация его состоялась в Париже.

³⁹ Там же

⁴⁰ Союз музеев России <http://www.souzmuseum.ru/>

⁴¹ Интермузей <http://www.intermuseum.ru/>

Впервые за всю историю ИКОМ новый комитет был создан по инициативе российских музейных специалистов. В Исполнительный комитет вошли представители Скандинавских стран, Великобритании, Греции, США, Австралии, Кореи. Этот комитет занимается проблемами музеев столиц и городов в XXI веке. Важная цель его деятельности – поддержка и поощрение музеев городов в их работе по коллекционированию, сохранению и экспонированию подлинного материала по истории города, его настоящего и будущего, взаимодействие с органами городских властей, совместное решение проблем по сохранению культурного разнообразия, диалог с обществом.

Членами САМОС являются 95 представителей ведущих музеев городов всех континентов. С 2005 года актуальные вопросы современных городов и их музеев были рассмотрены на заседаниях трех международных конференций САМОС – в Москве, Бостоне, Вене⁴².

Приведенная выше хронология демонстрирует возрастание роли музеев в развитии международных и внутрироссийских контактов. Цели воспитания взаимопонимания людей разных национальностей в условиях современной России актуализуют вопросы совершенствования музейной практики.

Раздел III

Музейная практика

Тема 6. Научно-фондовая работа музеев в контексте глобализации

Войны, конфликты, экологические стрессы XX века, усиление позиций международного терроризма в современном мире особенно остро поставили вопрос о безопасности музеев и сохранении всемирного культурного наследия. Современное музееведение подчеркивает значение музеефикации наследия на фоне глобализации. Музеефикация – направление музейной деятельности, заключающееся в преобразовании историко-культурных или природных объектов в объекты музейного показа с целью максимального

⁴² Музеи России. Новости <http://www.museum.ru/news/>

сохранения и выявления их историко-культурной, научной, художественной ценности. Хотя музеефикацией в широком смысле слова можно считать переход в музейное состояние любого объекта, термин, как правило, употребляется по отношению к недвижимым объектам, средовым объектам и объектам нематериального наследия.

Принято выделять две формы музеефикации: «под музей», т.е. использование памятника под экспозиции и музейные службы, и «как музей», то есть превращение памятника в самостоятельный объект музейного показа. Сегодня все чаще используется частичная (или «мягкая») музеефикация, не предполагающая полного изъятия объекта из среды бытования и допускающая выполнение им изначальных функций (напр., музеи-храмы, находящиеся в совместном использовании музея и религиозной общины). Выбор формы и методов музеефикации определяется типом памятника, его историко-культурной ценностью и состоянием.

Методологической основой организации деятельности по музеефикации и охране наследия сегодня стала концепция Экологии культуры. Выявление, изучение и музеефикация историко-культурных ландшафтов формирует систему историко-культурных территорий (музеев-заповедников, музеев-усадб, национальных парков). Особенности геоисторической специфики России преломляются в существовании проблемных зон, где общество, бизнес и политика, сталкиваясь друг с другом, порождают конфликты. Здесь без культурной «прокладки» не обойтись. Культура может исправить недостатки рыночной экономики, смягчает политические решения, становится средством адаптации и каналом внедрения новых явлений. Кроме того, музеефикация – важный фактор социально-экономического и социокультурного развития региона.

Проблема культурной аутентичности общества на фоне глобализации имеет свои локальные особенности. «Исторически так сложилось, что в нашей стране искусство является важнейшим механизмом интеграции индивида (личности) в культуру, в социум... За этим, в снятом виде,

существует более глубокая и фундаментальная идея культурной автохтонности народа: «мы—другие» Сама идея могла трансформироваться: будь со служение Богу, посвящение лиры народу, достижение светлых идеалов коммунизма. Не это важно. Более важен примат духовной идеи»⁴³.

Традиционная система общественных ожиданий, базирующаяся на идее культурной аутентичности – важный фактор развития территории, который в большой степени базируется на музейной работе. Музеи в процессе своего развития двигаются: от ценностной ориентации – к проектной концептуалистике, в том числе в собирательской деятельности. Важным фактором процесса собирания ценностей стала идея экология культуры.

Традиционно главным способом выявления, изучения, охраны и введения в общественный оборот объектов культурного и природного наследия являются краеведение, археология, этнографические экспедиции, закупки, экспертная работа и др. Собираемые в музейных фондах артефакты и ментифакты становятся объектами визуального выражения ментальности. В разделах коллекции они образуют основной знаково-символический контекст повседневности.

«Сохранение культурной среды — задача не менее существенная, чем сохранение окружающей природы. Если природа необходима человеку для его биологической жизни, то культурная среда столь же необходима для духовной, нравственной жизни, для его «духовной оседлости», для его привязанности к родным местам, для его нравственной дисциплины и социальности.

Убить человека биологически может несоблюдение законов биологической экологии, убить человека нравственно может несоблюдение экологии культурной. И нет между ними пропасти, как нет четко обозначенной границы между природой и культурой.

⁴³ Дадамян Г.Г. Культура и хозрасчет: соблазны аукциона. Театр между прошлым и будущим. М.: ГИТИС, 1989. С. 7.

Человек – существо нравственно оседлое, даже и тот, кто был кочевником, – для него тоже существовала «оседлость» в просторах его привольных кочевий. Только безнравственный человек не обладает оседлостью и способен убивать оседлость в других.

Культурную экологию не следует смешивать с наукой реставрации и сохранения отдельных памятников. Культурное прошлое... должно рассматриваться не по частям, как повелось, а в целом.

Есть большое различие между экологией природы и экологией культуры, к тому же весьма принципиальное⁴⁴.

7 декабря 2006 года Комитет Совета Федерации по науке, образованию, здравоохранению и экологии Федерального Собрания Российской Федерации провел парламентские слушания на тему: «Законодательное обеспечение сохранности и учета музейных ценностей в Российской Федерации»⁴⁵. Актуальной проблемой Музейного законодательства об основных аспектах научно-фондовой работы стала защита прав музеев как держателей коллекций.

В своей собирательской работе локальные музеи сегодня работают на основе глобальных технологических стандартов. Современные системы музейного учета позволяют создавать обширные базы данных музейных коллекций, включающие текст, изображения, картотеки произведений, авторов, выставок, литературы, терминологические и тематические тезаурусы. Организация сквозного учета приема, выдачи и движения музейных предметов вне и внутри музея, оформление актов приема и выдачи, отслеживание местонахождения музейных предметов, ведение топографических описей – делают работу с музейной коллекцией удобной, рациональной и доступной.

⁴⁴ Лихачев Д.С. Экология культуры // Прошлое – будущему. Ленинград, Наука, 1985. С.62.

⁴⁵ Совет Федерации федерального собрания Российской Федерации
<http://www.council.gov.ru/lawmaking/parliament/item/66/index.html>

Системы АИС-Музей⁴⁶, КАМИС⁴⁷, НИКА-Музей⁴⁸ позволяют обеспечить: ведение сквозного учета приема, выдачи и движения музейных предметов; оформление всей учетно-хранительской документации, в том числе – книг поступления, инвентарных книг, создание компьютерной базы данных о коллекциях музея; быстрый поиск и сортировку данных по различным признакам и их сочетаниям, представление на экране компьютера или в бумажном виде выходных документов в заданном виде (инвентарные карточки, списки, каталоги, этикетки и др.). В целях сохранности информации разработаны технологии высоконадежного и долговременного хранения терабайтов информации. С помощью новых технологий может проводиться ретроспективная конверсия музейных описей и инвентарных книг, формирование высококачественных электронных музейных коллекций. Такие разработки позволяют, например, работать с оригиналами документов в электронном виде. В последних программах предусмотрена система перевода на английский и другие языки, удобная для обмена данными, что бывает необходимо в выставочной и научной работе.

Процесс реставрации произведений искусства в ряде музеев так же становится возможным для широкой трансляции благодаря интерактивным технологиям. Это демонстрация реставрационных процессов или технико-технологических исследований в режиме он-лайн⁴⁹. В работе по консервации и реставрации вводится методика предварительной реконструкции произведения с помощью программ компьютерной графики. Она позволяет, используя цифровую фотографию, тщательно выстроить последовательность восстановительных процессов, скрупулезно обосновать границы

⁴⁶ разработчик – Главный информационно-вычислительный центр Минкультуры РФ <http://www.givc.ru/info/work/2.html>

⁴⁷ разработчик – ОАО «Альтсофт» www.kamis.ru

⁴⁸ разработчик – компания ”Cognitive” http://www.cognitive.ru/products/nika_museum1.htm

⁴⁹ Anatomy of a Painting - <http://www.artsmia.org/restoration-online/guercino/if-uv.cfm> или Реставрация икон <http://icon-art.narod.ru/index.html> и др. сайты

реставрационного вмешательства. Эти опыты демонстрируются на сайте Флорентийского университета⁵⁰.

Флорентийский университет плодотворно работает в области интерактивных технологий для музеев. Его основной профиль в сфере технологий – информационная безопасность. С 2001 года университет ведет совместно с Центром Коммуникаций (МСС) и Министерством образования большую междисциплинарную программу по интеграции информационных методик, обработки изображений, права в сфере коммуникаций, управления базами данных, мультимедийных средств в области информации. В рамках этой программы Флорентийский университет сотрудничает с галереей Уффици с компаниями и службами, национальными и международными Университетами и другими исследовательскими учреждениями.⁵¹

Достоверные данные о предмете, корректные изображения, сделанные с помощью современного сканирующего и фото-оборудования, точные знания о происхождении (провенанс) необходимы музею и ученому, как в исследовательском, так и в презентационном направлениях научной деятельности. И здесь исследователь может воспользоваться базами данных цифровых коллекций реальных музеев⁵² и виртуальных коллекций, основанных на музейных данных⁵³, а также архивными оцифрованными материалами⁵⁴.

Подробная биография музейного предмета, обоснование атрибуции и датировки, занесенные в единую базу данных необходимы также в случае его

⁵⁰ Об этом методе см.: Laboratorio comunicazioni & Immagini Università degli Studi di Firenze Dipartimento di Elettronica e Telecomunicazioni: <http://lci.det.unifi.it/>

⁵¹ Laboratorio comunicazioni & Immagini Università degli Studi di Firenze Dipartimento di Elettronica e Telecomunicazioni <http://lci.det.unifi.it/Events/CultureTech/HomePage.htm>

⁵² Например, цифровые коллекции Эрмитажа <http://www.hermitagemuseum.org/fcgi-bin/db2www/browse.mac/category?selLang=Russian>

⁵³ Например, The Web Gallery of Art <http://www.wga.hu/index.html>

⁵⁴ Например, La Fototeca del Kunsthistorisches Institut (Firenze) <http://www.khi.fi.it/it/photothek/index.html>

утраты. Интерпол и Международный совет музеев в 2008 году приняли меры по предупреждению незаконной торговли произведениями искусства. В соответствии с принятым этими организациями документом, сайты, специализирующиеся на продаже культурных ценностей, обязали проверять законность происхождения лота. Потенциальные покупатели и эксперты также получили право запрашивать информацию о похищенных произведениях искусства в базе данных Интерпола.

Хранение музейных ценностей в наше время становится интерактивной работой и приобретает публичный характер. Экспонирование предметов в открытых фондах, показ зданий фондов, их оборудования – существенная часть презентационной деятельности музея. В таком режиме работает, например, новый реставрационно-хранительский центр «Старая Деревня» Государственного Эрмитажа, «Хранилище XXI века» в Государственном музее-заповеднике «Петергоф», хранилище Государственного Русского музея и другие, открытые для занятий студентов и посещений специалистов музейные фонды, которые делают музейные объекты доступным объектом коммуникаций⁵⁵. Музейные здания так же как музейные предметы являются ресурсным потенциалом.

Создание традиций взаимодействия в собирательской, реставрационной, хранительской работе на базе новых интерактивных технологических возможностей значительно расширяет потенциал музейных изысканий. Эти возможности делают музейный предмет доступным для широкого научного оборота. Современные Интернет-конференции, направленные на объединение академического и музейного сообщества, предоставляют возможности создания партнерских проектов и усиления коммуникации между музеями и научными центрами различных регионов мира.

Тема 7. Музейная экспозиция как интерактивная форма

⁵⁵ Эрмитаж: программы для музейных работников и преподавателей высшей школы http://www.hermitagemuseum.org/html_Ru/06/hm6_10.html

Экспозиционная деятельность – важнейший аспект музейной коммуникации. Экспозиция визуально представляет музейный экспонат, раскрывая в нем ментальность культурных эпох и цивилизаций, достижения наук и искусств. К нашему времени в музееведении накопилось множество классификаций экспозиционных приемов⁵⁶. Известный экспозиционер Тарас Поляков в своей статье «Музейная экспозиция: собрание раритетов, учебное пособие или художественный ребус?» подчеркивает, что на рубеже XXI в. в музейном проектировании определилось два полярных лидера, имеющих свое представление о путях или методах решения данной проблемы – ученый и художник.

«Парадокс заключается в том, что Ученый, призывающий к объективности экспозиционных текстов, оказывается на деле латентным субъективистом, отражающим свое представление о научной истине даже на уровне отбора экспонатов, а Художник, откровенно выражающий авторский взгляд на моделируемые исторические процессы, явления и события, объективно создает эмоционально-интеллектуальный художественный текст, смысл которого шире авторских рамок. Подобный текст вызывает множество ассоциаций у посетителя и активно провоцирует последнего на собственный поиск вечно ускользающей истины. Такова специфика наукообразных и художественных текстов. В том числе – в пространстве музейной экспозиции...»⁵⁷.

В данном тексте подчеркнута действительно чрезвычайно важная сегодня роль экспозиционера-интерпретатора. Предметы, экспонирующиеся в музее

⁵⁶ См. например: Калугина Т.П. Художественная экспозиция как феномен культуры//Музей. Вып. 9. Сб. статей и публикаций. М., 1988. с.12–26;

Музейная экспозиция. Теория и практика. Искусство экспозиции. Новые сценарии и концепции. Серия «На пути к музею XXI века». Сборник научных трудов. М., 1997.

Ч. Дженкс Зрелищный музей – между храмом и торговым центром. Осмысление противоречий//Пинакотекa. 2000. № 12. С.5–15 и др.

⁵⁷ Мир музея № 1 Январь 2007 http://www.mirmus.ru/arhiv/2007/2007_1/1_2007.shtml

по принципу академического ряда или лавки старьевщика могут быть, конечно, интересны знатоку. Большинство традиционных музеев так и . Принцип учебника по истории, краеведению, зоологии, истории искусства всегда доминировал в экспозиции. Хотя в наше время мотивации посещения музеев постепенно становятся более разнообразными. В современной музейной экспозиции можно увидеть широкое применение таких приемов как плюралистический лабиринт, проблемная группировка, экспонат в фокусе, декоративный комплекс. Однако современный интерактивный музей применяет наряду с традиционными способами показа экспонатов множество новых способов создания экспозиции. На разных этапах работы над экспозицией сегодня используются разные технологические инновации.

Так на этапе подготовки экспозиции наряду с традиционной формой создания ее концепции и тематико-экспозиционного плана (ТЭПа) широко применяется, например, компьютерная программа АрхиКад, которая предоставляет пользователю новую технологию работы с объектами⁵⁸. В этой программе можно одновременно работать над созданием проекта и составлять сопутствующую строительную документацию. Близкие к ней технические возможности представляют программы AutoCAD и ZWCAD⁵⁹. Системы автоматизированного проектирования (САПР) широко применяются также для создания виртуальных экспозиций (например, реконструкция Дома Ипатьева или знаменитой спальни императора Павла I в Михайловском замке).

В конструировании экспозиции в залах современных музеев широко используются интерактивные объекты. Информационно-справочные мультимедиа-системы на базе сенсорных киосков, дополняющие традиционные пояснительные материалы, экраны и плазменные панели, виртуальные панорамы, электронные экскурсоводы и интерактивные

⁵⁸ ArchiCad <http://www.archicad.cps.ru/>

⁵⁹ ZWCAD www.zwcad.ru

электронные книги отзывов делают пребывание посетителя в музее увлекательным⁶⁰. Современный музейный дизайн несет дополнительные смысловые нагрузки средствами художественной семиотизации экспонируемых предметов. Таким образом музей решает задачу создания дополнительной мотивации восприятия и переживания экспоната и самой музейной среды. Эти инновационные тенденции в методологии создания экспозиции сегодня порождает новый музейный феномен, обозначаемый как «сайенсинтертеймент» (научно-развлекательный центр). Этот новый тип музейной репрезентации науки особенно актуален для детской аудитории.

Одной из важных тем современной экспозиции, наряду с наукой и искусством становится «предъявление» культур и национальных традиций народов и этнических групп. Сегодня это один из аспектов реализации социально значимых идей и проектов, выполнение определенного социального заказа. Инновационные технологии в таких экспозициях усиливают ее значимость для посетителей, а следовательно определяют результативность воздействия. В современном музее благодаря интерактивным технологиям путь ненавязчивой и увлекательной социализации новых поколений через экспозицию одновременно способ приобщения к новым реалиям и ценностям.

Тема 8. Выставка и презентация в музее

Система выставок и презентаций в музее – способ живого интерактивного функционирования экспозиции. Выставка сегодня – широкое экспериментальное поле – альтернатива рутины и инструмент модернизации музея. В современном музейном мире выработаны многообразные формы взаимодействия и перспективного сотрудничества музеев в выставочной деятельности. В числе прочих важное место в решении современных проблем мира решают музейно-выставочные проекты о толерантности. Выставки как презентации «другого» – национальных ценностей, традиций

⁶⁰ Мир музейных технологий. М., 2007. июнь–июль.

других народов и этнических групп предоставляет возможность вхождения в иную культуру. Таким образом музеи плодотворно работают с проблемой преодоления предрассудков и фобий. В мире в настоящее время наиболее распространены религиозная (например, исламофобия) и этническая фобии. Этнофобии представлены антисемитизмом, кавказофобией, русофобией, синофобией, цыганофобией, азиатофобией.

Крупным вкладом в решение проблемы преодоления предрассудков и фобий стала выставка Эрмитажа «Во дворцах и в шатрах. Исламский мир от Европы до Китая», посвященная контактам исламского мира с соседними культурами: европейской и китайской. Одна из целей выставки – показать исламское искусство во всем его разнообразии, продемонстрировать, что исламское искусство никогда не существовало в изоляции, а представляло собой часть мировой культуры⁶¹. Крупнейшим проектом последних лет стали выставки и представительства Эрмитажа в разных странах мира. Например, совместная выставка Государственного Эрмитажа и Фонда Соломона Р.Гуггенхайма в Казино-отеле "The Venetian" в Лас-Вегасе, США⁶².

Перечень таких проектов может быть достаточно длинным. Отметим среди них такие как: выставка «Костюмы народов Кавказа» из Ирбитского музея изобразительных искусств, прошедшая во Владикавказе⁶³, выставка-блокбастер «300 лет русской живописи», подготовленная Екатеринбургским музеем изобразительных искусств для нескольких городов Китая, проект «Дорога к храму» в Красноярском музейном центре, проект «Европейское и Исламское оружие» в музее Стиберта (Флоренция)⁶⁴ и др.

Музеи в таких проектах транслируют актуальные идеи через свои коллекции и вместе с тем реализуют концепцию выставки как зрелища и

⁶¹ Там же

⁶² http://monarch.hermitage.ru/html_Ru/11/b2003/hm11_4_50.html

⁶³ Министерство культуры Свердловской области <http://www.mkso.ru/news/160>

⁶⁴ MUSEO STIBBERT - Firenze – Italia http://www.museostibbert.it/a_islamica.htm

события. Подлинник, в данном случае – главный аргумент. Музей демонстрирует то, чем он обладает и что интересно партнеру или актуально.

Однако наряду с традиционными выставками музеи часто зарабатывают на жизнь и выставками-аттракционами. Успех у публики бесчисленных восковых и прочих синтетических фигур демонстрирует феномен, который А. Долгин точно характеризует как процесс деградации рынков: «Процесс деградации рынков известен экономистам под названием тенденции ухудшающего отбора. По ряду признаков наблюдаемое ныне положение в культуре – в опасной близости к ватерлинии – есть продукт именно этой тенденции, связанной с невозможностью заблаговременно отделить хорошее от дурного»⁶⁵.

Потребность в аттрактивных выставочных формах вырабатывается у зрителя на фоне интенсивного развития массовой культуры. Культурный продукт в данном случае понимается как товар, рассчитанный на массовое потребление и на усредненный массовый вкус и обязательно – на коммерческий успех. Складывается парадоксальная ситуация, при которой музей – обладатель сокровищ, оказывается вынужден зарабатывать не музейными средствами, а демонстрировать муляжи, либо становиться площадкой для разного рода корпоративных предприятий. Вместе с тем коммерческий успех «восковых» выставок демонстрирует результаты их предварительного продвижения, фасилитативный подход к просветительской задаче.

Таким образом, наряду с традиционными выставочными формами сегодня особенно актуальны виды деятельности, называемые творческими индустриями⁶⁶. Творческие индустрии, связанные с продюсерской работой, начинают продуктивно использоваться в выставочной деятельности музеев. Продюсерская подготовка выставки, понимаемая в широком смысле как

⁶⁵ А. Долгин Валоризация искусства: золотой стандарт или новая конвенция//«Художественный журнал» 2004. <http://www.artpragmatica.ru/persons/?uid=75>

⁶⁶ Михаил Гнедовский Творческие индустрии: политический вызов для России <http://www.strana-oz.ru/print.php?type=article&id=1106&numid=25>

производство культурного продукта, трансляция выставочных идей посредством новых технологий весьма актуальны. В современном культурном процессе продукт проходит стадии, связывающие его производство и потребление. Создание культурного продукта осуществляется куратором или представляет собой элемент наследия. Затем этот продукт становится предметом менеджмента в музее и встречается с публикой в условиях, формируемых менеджерами.

Вместе с тем выставка в музее – статусный акт, формирующий потребительский вкус. Поэтому здесь важен момент отбора ценностей. Эксперименты проведенные фондом "Прагматика культуры" показали, что перспективным методом продвижения ценностей на выставки может стать методология «коллаборативной фильтрации». «Если включить коллаборативную фильтрацию в широкую социальную практику, решится сразу несколько острых проблем: потребительской навигации; формирования сообществ по вкусу (тем самым возникнет рынок для произведений, не пользующихся массовым спросом). В итоге наладится обратная связь между потребителем и производителем – главное, чего так не хватает культуре»⁶⁷.

Тема 9. Новая социальная ориентация в просветительской работе музеев

Наряду с выставочной деятельностью в числе внешних коммуникаций музея важное место занимает его просветительская функция. В последние десятилетия очевидна динамика образовательных моделей от музейного просветительства к музейной педагогике и андрагогике. Вместе с тем параллельно формированию представления о «пожизненном» образовании (long-life education) наблюдается спад интереса к музею у молодежи. «Результаты проводившихся на протяжении 1990-х годов социологических исследований, посвященных студенчеству, свидетельствуют о резком

⁶⁷ А. Долгтн Коллаборативная фильтрация – будущее культурных индустрий.
<http://www.artpragmatica.ru/persons/?uid=1455>

сокращении за последнее десятилетие числа студентов, проявляющих интерес и желание посещать различные учреждения культуры, и в этом отношении музеи не составляют исключения. Однако при этом несомненный интерес студенчества к музею, фиксируемый в ходе анкетных опросов и интервью, сочетается с крайне низкой посещаемостью музеев подавляющим большинством учащихся российских вузов, активность которых в освоении сосредоточенного в музеях культурного потенциала приходится признать крайне низкой. Что-то неоправданно старческое появляется в образе студента: какое-то равнодушие к новому знанию и опыту (если, конечно, это не затрагивает его материальные интересы и вопросы карьеры)»⁶⁸.

Музей как средство развития творческого потенциала, формирования ценностных ориентаций, рискует потерять часть аудитории. Смещая акцент в сторону традиции и наследия, музей не должен упускать из виду новаторский потенциал культуры. «Одной из особенностей интерпретации творческих индустрий в России является то, что в качестве потенциальных сюжетов прежде всего всплывают народные промыслы и ремесла. Если же о творческих индустриях рассуждает англичанин, он первым делом назовет мультимедийные технологии, звукозапись, дизайн, моду и лишь в конце списка упомянет ремесла. Эти разногласия проявляются в любой совместной дискуссии: становится ясно, что для россиян культура – это, прежде всего, наследие и традиция, а для англичан – то, что производят сейчас представители творческих профессий. Разумеется, культура – это и то, и другое»⁶⁹.

Использование в современном музее этнодидактических традиций народов России в русле воспитания толерантности должно сочетаться с применением инновационных педагогических технологий, модернизации

⁶⁸ И.В. Мишина Преодоление молодости: студент в музее// Философия старости: геронтология. Сборник материалов конференции. Серия “Symposium”, выпуск 24. СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2002. С.74/

⁶⁹ Михаил Гнедовский Указ соч.

теоретико-методологических основ проектирования содержания поликультурного образования. Инновационность технологий в музее – условие фасилитации образовательного процесса. «Большинство педагогических работ по толерантности исходят (явно или неявно) из "просветительской позиции": такую правильную идею толерантности и ненасилия достаточно лишь ясно, подробно и настойчиво изложить – и это само по себе обеспечит этой идее успех, она начнет "работать"... При этом выпадает очень важное звено – психологическое, внутриличностное содержание феномена толерантности, без понимания которого, а также соответствующих условий и механизмов его развития хотя бы в самом общем виде трудно ожидать создания адекватных и эффективных педагогических стратегий. В этом случае возрастает риск свести все к назиданию и декларациям на тему важности и нужности толерантности...»⁷⁰.

Инновационный социальный проект способен значительно расширить круг посетителей, привлечь в музей даже тех, кто обычно не переступает его порога. Миссия социализации подрастающего поколения в музее должна опираться на социологический мониторинг, на общественную поддержку и партнеров. Это прежде всего специалисты, владеющие той проблематикой, которой посвящен проект. Осуществляя подобный проект, музей обращается, как правило, к местным властям, органам образования, молодежным организациям, землячествам, а также к потенциальным спонсорам и благотворительным фондам. Благодаря возникающим связям повышается общественный статус самого музея, а следовательно, социальный проект содействует росту его авторитета⁷¹.

В результате отказа от традиционных представлений об отношениях музея и аудитории, возникают новые представления о роли музея,

⁷⁰ С. Братченко Психологические основания исследования толерантности в образовании www.tolerance.ru

⁷¹ Социальное измерение музейно-детской коммуникации: почему и как музей может помочь детям// Ребенок в музее: новые векторы детского музейного движения/ Отв. ред. М.Ю. Юхневич. М., 2006.

рассматривающие музей с точки зрения зрителя. Необходимыми условиями функционирования такого музея как образовательного центра является стремление к коммуникации обеих участвующих сторон – посетителя и сотрудника музея. Музейный проект в таком музее должен, в сущности, содействовать ощущению стабильности, естественной преемственности традиций, развитию внутреннего спокойствия. Комфортная атмосфера, методология игры с учетом возрастных особенностей, партнерский, консолидирующий стиль общения, интерактивные программы, современная техника – набор условий необходимых современному музею для успешной просветительской деятельности. «Знания, убеждения, установки должны складываться в процессе активного действия, *собственных открытий и сопереживания* ситуациям, в которых оказываются «персонажи» выставки»⁷².

Тема 10. Музей и памятники в созидательных формах общественно-массовой жизни

Согласно представлениям культурологи – культура есть совокупность различных культурно-исторических кодов. Способность людей оперировать этими кодами (языками культуры), является необходимым условием духовного обмена и передачи культурной традиции. Смысл интерактивной работы музея базируется на способах приобщения человека к культурным кодам, позволяющим ему адекватно взаимодействовать с культурной средой и другими людьми в ней. Приобщение к культурным кодам в музее не сводится к овладению научным знанием, а подразумевает приобщения к культурным ценностям искусства, морали, религии, политики, быта и образа жизни. То есть задачей музея является формирование определенных качеств личности, целостного мировоззрения и отношения к реалиям культуры.

Памятники всемирного культурного наследия на рубеже XX–XXI вв. не раз становились объектами терроризма и вандализма. Это обстоятельство,

⁷² Там же.

сопутствующее в человеческой истории периодам войн и конфликтов указывает на кризис общественных связей и созидательных форм общественно-массовой жизни. Общественно-полезные блага, которые производят музеи и которыми являются памятники необходимы всем сообща. Музей и памятник, музейный предмет, как носитель значения, и музейная коммуникация, как способ трансляция памяти культуры призваны поддерживать общественные связи и культурное разнообразие. «Сознательная (экологичная) работа с многообразием означает придание каждому отдельному элементу этого многообразия статуса общезначимости и всеобщности. Собственно говоря, когда частное и субъективное становится общезначимым - это и означает для него обретение статуса уникальности. Этот последний принцип - столь очевидный для художника и человека культуры - оказывается общезначимым и для ключевых вопросов современного мира: права человека и права национальных групп и диаспор; превращение отсталых провинций в полноценные регионы; реконструкция локальных культур и образов жизни; развитие системы местного самоуправления как гарантии устойчивости и стабильности и т.д.»⁷³.

Развитие международного сотрудничества. Экологическая экспертиза
Памятники в брендинге территорий. На втором месте находится бренд как идентификационная система, а на третьем - бренд как система отождествления, то есть совокупность визуальных знаков, в идеальном случае несущих смысловую нагрузку (символ, цвет, слоган, начертание пр.), позволяющие устанавливать связь между брендом и потребителем, задавать четкую позицию бренда в системе его ценностей и предпочтений. и перспективы привлечения международных финансовых структур. В 1976 г. создан Фонд всемирного наследия, формирующийся из добровольных и

⁷³ Зувев С. Э. Новые социальные технологии в сфере культуры (Культурологические основания профионограммы современного менеджера) Музей и новые технологии // На пути к музею XXI века / Сост. и науч. ред. Н.А.Никишин. М.: Прогресс-Традиция, 1999. 216 с.)

обязательных взносов государств - сторон настоящей Конвенции; вкладов, даров или завещанных сумм, которые могут быть сделаны другими государствами; Организацией Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры и другими организациями системы Организаций Объединенных Наций, в частности, Программой развития Организации Объединенных Наций и другими межправительственными организациями; государственными или частными органами или физическими лицами; процентов с сумм, одолженных Фондом; сумм сборов и поступлений от мероприятий, организованных в пользу Международного Фонда; а также любых других ресурсов, утвержденных в соответствии с положениями о Фонде, разработанными Комитетом всемирного наследия. Федеральный закон "Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации". Всероссийское общество охраны памятников истории и культуры (ВООПИК или ВООПИиК). Изменяющаяся Россия - изменяющийся музей: опыт XX - начала XXI в. Формирования ценностей толерантности через памятники. Идеальное, «другое»: историческое, временное - вечное, святое в вопросе интернационализации единиц, сохранности их национальной самобытности. Компаративистика в музейном деле и русско-зарубежные связи в прошлом настоящем.

По мысли В.Ю. Дукельского музей – один из инструментов, «призванных компенсировать разрушившийся механизм традиции и отчасти восполнить разрыв между потребностями общества и реально производимой предметной средой». Такая ситуация связана с «осознанием историчности человеческого бытия» на рубеже Нового времени и «музейным», то есть отстраненным отношением человека к вещам: «Среди бесчисленного множества вариантов отношения человека к вещи музей в первую очередь реализует те из них, которые связаны с осмыслением вещи в рамках прошлой и современной культуры».

Раздел IV

Новые музейные технологии

Тема 11. Современный музейный менеджмент

Организационная структура музея и административная матрица современного музея пополняются новыми подразделениями или штатными единицами, связанными с повышением интерактивности. «В течение нескольких последних лет работники культуры прилежно слушали страшные сказки о менеджменте, маркетинге, фандрайзинге, но от учреждений культуры это было бесконечно далеко»⁷⁴ – писал в 2005 году В. Дукельский. Действительно для того, чтобы технологии работали необходимо учиться новым сферам деятельности, а не просто знать о них. Эта тенденция четко прописана в протоколе заседания Экспертного совета по государственной политике при Министерстве культуры и массовых коммуникаций в декабре 2005 г. «Наряду с фундаментальным экономическим образованием арт-менеджеров, необходимо организовать переподготовку существующих кадров с гуманитарной специализацией. Курсы, некоторые методические материалы, темы уже имеются. Есть и люди, которые могли бы это преподавать, правда, их очень мало. Поэтому отдельный вопрос, который необходимо обязательно включить в систему подготовки кадров, – это создание Школы повышения квалификации и подготовки преподавателей, способных читать курсы, используя кейсы из различных культурных индустрий, создавать собственные методические материалы, отражая последние мировые тенденции развития культуры»⁷⁵.

В музеях появляются подразделения или, в условиях небольшого штата, сотрудники, функции которых сводятся к обслуживанию техники, установленной в музее, к участию в разработке, внедрении и развитии новых технологий для музея (совместно со сторонними организациями-

⁷⁴ В. Дукельский Культурный герой на распутье//60 параллель. 2005 г

⁷⁵ О потребностях российского рынка в специалистах в области индустрии и экономики культуры //Заседание Экспертного совета по государственной политике при Министерстве культуры и массовых коммуникаций РФ Москва, 20.12.05

соисполнителями). В той или иной форме такие подразделения (или специалисты) существуют в каждом музее, применяющем компьютеры в своей работе;

В идеале в музее должно быть подразделение, специализирующееся на создании мультимедийных электронных публикаций о музее: электронных каталогов, путеводителей, выставок; образовательных электронных публикаций и др. (имеется в виду выполнение всего комплекса работ – с момента разработки концепции и до получения конечного продукта на электронном носителе). Конечно, позволить себе создание и содержание такого подразделения может только музей, обладающий достаточными интеллектуальными и финансовыми ресурсами. Если же музей не в силах создать такое подразделение, оно может быть при вышестоящем органе (Управлении или Министерстве культуры).

Точно также при музее или управляющем органе может быть создано подразделение, ориентированное на выработку стратегии и тактики использования информационных технологий для развития музея и его продвижения в информационном пространстве, на работу в сфере информационного менеджмента, в сфере PR; к этому направлению работы все большее внимание проявляют региональные музеи

Наконец, любому музею необходим информационный центр как подразделение, ориентированное на обслуживающее посетителей.

Наличие таких служб и таких кадров намного повышает потенциал музея и является важным стратегическим ресурсом повышения его конкурентоспособности. В современной ситуации благотворно сказывается на деятельности музеев принцип франчайзинга. Создание представительств и филиалов крупных столичных музеев в нестоличных городах. Этот принцип уже зарекомендовал себя и развивается в мире. Выше уже шла речь о представительствах Эрмитажа в разных странах. Этот опыт развивают и другие музеи. Франчайзерами в нашем городе стали ГМИИ им.

А.С.Пушкина, Государственный Русский музей, школа реставрации Эрмитажа.

Принцип представительства в данном случае позволяет проводить партнерские проекты, оптимизирует маркетинг музеев, повышает квалификацию персонала, создает дополнительные возможности для взаимодействия подразделений музеев-участников франчайзинга. В музеях более продуктивно работают производственные и кадровые ресурсы. Практика проектной работы музеев-партнеров создает условия для более рационального проектного финансирования музеев. Она ставит вопросы стратегического управления целевыми группами музейных проектов. Интеграция и кооперация музейных проектов делает более реальной перспективу фандрейзинг и других путей привлечения финансов, так как инвестор в данном случае благодаря статусу проекта повышает и свой собственный статус.

С начала 2003 года в рамках соглашения между Министерством культуры РФ, Советом Европы и Институтом культурной политики осуществляется программа «Культура и экономика», включающая два долговременных партнерских проекта: «Культура и бизнес» и «Творческие индустрии». Данные проекты становятся матрицей методологий способных привлечь в музей дополнительные средства и оптимизировать его менеджмент. Обращение к опыту Европы в данном случае продуктивно, так как в большинстве европейских стран происходил постепенный переход от государственного к смешанному, многоканальному финансированию культуры. Такая модель финансирования предполагает сочетание государственных (или муниципальных) субсидий, поддержки от частных спонсоров и собственных доходов организаций культуры. Эта модель может быть полезна и в России.

Опыт работы российских музеев последнего десятилетия показал перспективность спонсорства и заинтересованность в нем бизнес-структур. Поддержка культуры со стороны бизнеса является полезной не только для

культуры, но и для общества и для самого бизнеса, демонстрирующего таким образом свою социальную ответственность. Такая поддержка может быть бескорыстной (меценатство) или она может предполагать определенные не прямые выгоды для частных предприятий (спонсорство). К числу не прямых выгод для частного бизнеса относятся реклама предприятия-спонсора, улучшение его репутации, имиджа, развитие кругозора и творческого потенциала сотрудников и т.д.

Очень распространенное заблуждение – смешение спонсорства с меценатством. Также распространенной является в России ситуация, в которой бизнес поддерживает культуру с единственной целью – пойти навстречу пожеланиям власти. Лишь в редких случаях у компаний есть ясная стратегия спонсорства. Чаще спонсорские проекты (если они вообще существуют) выбираются бессистемно, под действием случайных обстоятельств или личных предпочтений руководства компании.

С этой точки зрения необходимо различать, с одной стороны, личные проекты руководителей или владельцев компаний, которые они готовы поддерживать в силу каких-то своих склонностей, и, с другой стороны, корпоративные спонсорские проекты, цель которых – улучшить имидж компании, продвинуть бренд, увеличить продажи или способствовать укреплению связей с местным сообществом.

Пока слабо используются в музеях возможности поддержки проектов транслирующих интересы национальных диаспор. Интересные нюансы отношений проявились, например, в процессе обсуждения совместного проекта Эрмитажа с фондом Гуггенхайма в Вильнюсе. Мэр Вильнюса хочет создать музей нового искусства. Сначала решено было снести гигантское советское здание и на его месте строить этот музей. Но здание спасло мировое еврейство - рядом находится старое еврейское кладбище, и сразу стало понятно, что меценаты из фонда Гуггенхайма в таком случае не дадут ни доллара. Поэтому выбрано другое место, объявлен конкурс на проект

среди мировых архитектурных звезд. Выставки во все времена – неплохая форма наладить связи между странами.

Существенно обновить и оптимизировать систему музейного менеджмента способны правительственные и региональные программы, все более развивающиеся конкурсные, грантовые программы.

Тема 12. Современная музейная коммуникация

Коммуникационный подход в структуре музеологического знания. Новые технологии и интерпретация экспонатов. Монизм и плюрализм. Контекстуализация и деконтекстуализация. Проблемы научного комментария музейного объекта в современной культуре в условиях глобализации аудиовизуального пространства. Коммуникационный подход в музейном проектировании. Информационная культура как инструмент оптимизации межличностных отношений Музейная коммуникация и музейный сценарий в контексте современных интеграционных процессов Каналы коммуникации. Русское искусство в Европе и мире. Методологические и методические испытания в процессе современной проблематизации образа «русского» вне России.

Основные направления и механизмы повышения эффективности межкультурной компетентности, межконфессионального и межэтнического диалога. Взаимодействие общеисторического и национального в политическом процессе Творческие индустрии, медиа-средства в практике музея. В постоянно меняющихся условиях современной жизни учреждениям культуры для своего развития приходится искать новые формы взаимодействия с обществом. При этом наиболее важным проводником такого взаимодействия были и остаются средства массовой информации, которые напрямую информируют читателя, зрителя, слушателя о тех или иных культурных событиях и формируют во многом общественное мнение. Поэтому, постоянное взаимодействие с масс-медиа структурами, выстраивание с ними цивилизованных партнерских отношений, использование новых технологий и методов в своей работе с обществом

является одной из важнейших задач музея, Целью выработки концепции и программ является: создание положительного имиджа музея, широкое распространение сведений о коллекции и информирование местного сообщества о культурных событиях в музее; стремление к удовлетворению потребности социума в интересе к художественной жизни и искусству; помощь в становлении культурной журналистике в регионе.

Новая концепция музейных программ предполагает проведение работ в трех направлениях: широкое взаимодействие и установление партнерских отношений с различными средствами массовой информации; подготовка и проведение различных совместных проектов; Использование новых технологий и методов в работе музея с общественностью.

1. Взаимодействие и установление партнерских отношений со средствами массовой информации.

Для реализации этой задачи в музее проводится необходимая подготовительная работа. Первоначально структурируются все виды и типы информации, которые используются различными изданиями в своей работе и на основе этой структуризации определены необходимые музейные информационные ресурсы.

Затем создается база данных всех наиболее значимых газет, журналов, телевизионных каналов, которые в той или иной мере освещали и освещают культурные события в Саратове и Саратовской области в целом. В нее вошли как местные, так региональные и центральные СМИ. База данных включала название и тип издания, почтовые и электронные адреса, телефоны и фамилии редакторов и журналистов, курирующих и освещающих культурные события региона, а также основные публикации по данной тематике.

Пример грамотного медиапродвижения проекта «China Welcomes You..» в музее Граса, где австрийские музейщики не только создали эффектный проект, но целенаправленно продвигали свой музейный продукт в

медиапространстве. На сайте музея можно найти примерно такой текст: «Дорогие журналисты, мы счастливы приветствовать Вас в нашей странице для прессы. Здесь Вы найдете не только тексты и изображения о наших недавних выставках, но также и общую информацию и изображения Музея искусств в Граце, его замечательной архитектуры и его программ. Мы также хотели бы сообщить Вам тот факт, что Музей искусств в Граце является одним из самых молодых музеев страны и вместе с тем частью самого старого и второго по величине музея в Австрии. Вы можете найти детальную информацию относительно Landesmuseum Joanneum в [Http: // www.museum-joanneum.at/](http://www.museum-joanneum.at/).

Несоответствие возможностей, предоставляемых масс-медиа музеям для выражения их профессиональной, творческой, личностной и коммуникативной позиции, и тех задач, которые фактически решаются ими при помощи опосредствованной коммуникации. Сотрудничество с местными властями, органам образования, молодежным организациям, диаспорами, землячествами. Религиозная община как пространство межэтнических и межкультурных проектов музея. Создание пространственных кластеров, предполагающих высокую концентрацию творческих предприятий в бывших промзонах или заброшенных кварталах, – важная составляющая стратегий городского развития. Однако мы знаем и другие типы группировки творческих предприятий: например, располагаясь вдоль проторенных туристических маршрутов, творческие кластеры становятся частью инфраструктуры туристической индустрии. Особый тип кластера формируется вокруг телеканала, на который работает множество продюсерских компаний. Наверное, сегодня можно говорить и о виртуальных творческих кластерах, общность которых складывается в пространстве электронных коммуникаций

Тема 13. Маркетинг в современном музее

Музей сегодня способен занять существенное место в кластерах творческой экономики. А. Долгин пишет по этому поводу заметил: «...сидеть

на несметных богатствах, и катастрофически нуждаться в деньгах. Пропускать через себя мириады посетителей и никак не монетизировать их внимание? Быть отличной площадкой для спонсоров и разного рода рекламодателей, и не иметь средств на своевременную реставрацию экспонатов и обустройство хранилищ? Отвечать за сохранность и культурную эксплуатацию «имущества» стоимостью в миллиарды, если не триллионы, и не заполучить на дело и тысячной доли от стоимости хранимого»⁷⁶. Маркетинг как философию в России можно считать достаточно укоренившимся явлением. Методологии бизнеса могут быть адаптированы к музею. Исследования поведения потребителей, методология проникновения на международные рынки, стратегические решения в товарной политике, рекламная деятельность и мультимедийные технологии – все это в сумме формирует психологию спроса и потребления.

Стратегия продвижения музейного продукта должна отвечать тем же требованиям рынка. Маркетинговый и технический анализ определяют соответствие проекта его декларированным целям. Семантический анализ тематики – подбор слов и словосочетаний, на которые реагирует потенциальный потребитель. Проведение рекламной кампании или PR компании, направленная на привлечение новых посетителей, и работа по удержанию существующих. Эффективными инструментами для реализации этих задач является постоянное обновление информации в каталогах индустрии развлечений, в масс-медиа, на веб-сайте музея, на новостных порталах⁷⁷.

Рассуждая о принципах творческой экономики известный американский социолог Ричард Флорида доказывает, что постиндустриальная экономика рождает новую породу людей. Независимые профессионалы, которых Флорида описывает как новый, восходящий «творческий класс», становятся сегодня все более влиятельной силой. Эти люди не ориентированы на

⁷⁶ А. Долгин Управление в сфере культуры <http://www.artpragmatica.ru/persons/?uid=1669>

⁷⁷ Интернет-маркетинг <http://www.10t.ru/get.asp?id=A9>

корпоративную карьеру, они свободно мигрируют между компаниями и городами, выбирая места с наиболее благоприятными условиями для жизни и работы – в том смысле, как они это понимают. Для них принципиальна определенная «плотность» культурной среды, творческая обстановка и атмосфера толерантности. Они объединяются в неформальные сети, которые для них важнее, чем формальные организации. Именно к этому классу относятся и представители творческих индустрий – художники, артисты, писатели, дизайнеры, включенные в разнообразные творческие проекты.

Советник британского агентства «Arts and Business» Эндрю Мак-Илрой высказал мысль о том, что: «Творческая экономика – это в первую очередь люди; и развитие творческих индустрий – своего рода человеческая алхимия. Сегодня все пытаются выяснить, какие надо создать условия, чтобы искусственно вызвать в наших городах эффект, который в эпоху Возрождения возник сам собой. Я лично не знаю ни одного рецепта, который давал бы надежные результаты. Тем не менее, это происходит».

Для успешного продвижения музейного продукта необходимы маркетинговые исследования различных групп населения в регионе. Такого рода исследования могут подсказать новые пути формирования потребностей в музейном продукте. Имидж музея также влияет на завоевательные маркетинговые стратегии. Комплекс маркетинга: товарная политика, ценовая политика, политика формирования сбытовой сети, политика продвижения – должны быть основой ежеквартального плана маркетинга. «Новая ситуация в культуре требует новой конвенции потребительской. В ее основе общечеловеческая тяга к насыщению качественным временем. Искусство есть средство управления личностным временем, а потому и ценить его резонно по тому, как оно повлияло на время. В этом суть прагматического подхода к валоризации эстетического продукта. Оценить информацию способен тот, кто распознает значение, и в данном случае конечный адресат – единственный мыслимый детектор "для себя" ценности» считает Александр

Долгин⁷⁸. Коммерческая составляющая деятельности музея – вот что может и должно послужить камертоном, и поэтому ее следует всячески культивировать. Пусть эта компонента не столь велика и не столь важна с точки зрения миссии музея, но она могла бы сыграть роль видимой части спектра, по которой можно достроить часть незримую.

Еще один путь рекламирования музейного предложения – Интернет-магазин. Так С.-Петербургская Кунсткамера использует торговую информационную систему (ТИС), где в режиме on-line и off-line продается продукция организаций, выразивших желание вступить в консорциум на тех или иных условиях⁷⁹. В процессе его проектирования предусмотрено четыре модели участия в консорциуме, каждая из которых предоставляет участникам разные права: полная, частичная, ассоциированная, ограниченная.

Полная предусматривает адекватный материальный взнос участника консорциума, ограниченная предполагает выставление товаров на условиях комиссии, частичная и ассоциированная модели являются промежуточными между первой и последней.

Проект включает разработку, оборудование, отладку и запуск интернет-магазина на базе музейного магазина-салона МАЭ РАН. Традиционно в таких магазинах продаются сувениры и реплики, произведенные в издательских отделах и мастерских участников проекта и реставрационной мастерской МАЭ РАН, а также авторские и некоторые массовые изделия декоративно-прикладного и народного искусства, книги, видеокассеты, CD, предоставленные или лицензированные участниками проекта. Все учреждения-участники проекта назначают цены на свой ассортимент самостоятельно. Разработка ассортимента производится специалистами

⁷⁸ Александр Долгин Капитализация сакрального// Российский институт культурологи Министерство культуры Московской области Сборник «Музей и личность» Москва 2007

⁷⁹ Т.Г.Богомазова Электронный музейный магазин на базе Кунсткамеры: пилотный проект (фрагмент статьи)

учреждений культуры-участников проекта в контакте с художниками и дизайнерами, работающими в области декоративно-прикладного искусства, а также издательскими и информационно-техническими отделами организаций – участников проекта. В консорциум могут входить не только музеи, но и бизнес-структуры, доля участия и ответственности которых также оговаривается договором.

Подготовку товаров к презентации в интернете и процесс продажи и расчетов могут производить сотрудники музейного магазина-салона.

Возможности розничной и оптовой торговли в режиме on- и off-line обеспечивают полную текстовую и визуальную информацию о товаре и авторах, материалах изготовления, размерах, культурной принадлежности, научной или иной значимости; возможность быстро и легко найти и выбрать в интернет-магазине нужный товар, оформить заказ в режиме on- и off-line; систему накопительных и иных скидок для розничных и оптовых покупателей;

Потребители продукции/услуг, предполагаемые в рамках проекта могут стать все категории российских пользователей интернета, в том числе частные лица и корпоративные клиенты, предоставившие необходимую информацию для оформления заказа и обеспечившие предоплату стоимости товара и его доставки;

Рекламные стратегии. В последние годы в музеях проводится «продажа» процесса реставрации. Во Владимиро-Суздальском музее вживую демонстрируются некоторые реставрации.

Тема 14. Информационные технологии в музейном деле

Музейное дело как информационный процесс. Информационная безопасность Синергетические культурные и информационные ресурсы. Музейные информационные системы и их производные. Появление и молниеносное распространение глобальных сетей и новых возможностей создания, передачи и потребления информации еще совсем недавно вселяло

самые радужные надежды. Казалось, что теперь каждый, имеющий доступ в Сеть, сможет, наконец, получать стопроцентный объем информации по любому интересующему его вопросу, интерактивно перерабатывать эту информацию, широко и интенсивно общаться по ее поводу и быть всегда на уровне самых последних достижений человеческого гения, а значит, постоянно получать действенный импульс к собственному личностному развитию. Вышеназванные типовые проекты: системы «КАМИС», «НИКА» и др., работают уже во многих музеях согласно рекомендациям комитета по музейной документации CIDOC в рамках ИКОМ.

Ежегодная международная конференция «EVA» работает в русле изучения опыта и анализа проблем информационного общества, культуры, образования. Основные организаторы конференции: Комиссия Европейского Сообщества, Федеральное агентство по культуре и кинематографии, Центр по проблемам информатизации сферы культуры (Центр ПИК), Всероссийская государственная библиотека иностранной литературы им. М.И. Рудомино, Межрегиональный Центр библиотечного сотрудничества.

Конференция поддерживается Российским комитетом программы ЮНЕСКО “Информация для всех”, Фондом развития информационного общества, Российским отделением ИКОМОС, Российским отделением ИКОМ, Российской библиотечной ассоциацией, Российской государственной библиотекой по искусству, Российской государственной детской библиотекой, Московским государственным университетом культуры и искусств, АДИТ, EVA Conferences International. От информации к знаниям: политика, концепции и стратегии, международные и национальные проекты, международное сотрудничество, 7-я рамочная программа ЕС; программа ЮНЕСКО “Информация для всех”, национальная программа поддержки и развития чтения, региональные программы.

Создание и сохранение цифровых ресурсов по культуре; обеспечение открытого доступа к ним: оцифровка; электронные библиотеки; виртуальные

музеи и архивы; многоязычный доступ к информации; правовые вопросы; сохранение цифрового наследия.

Технологии информационного общества в музеях, библиотеках, архивах, театрах, университетах; ТИО и современное искусство; ТИО и недвижимое культурное наследие; ТИО и аудиовизуальное наследие; интеграция информационных ресурсов; качество информационных ресурсов и услуг; порталы по культуре.

Организационно-экономические аспекты: модели устойчивого развития; методы уменьшения стоимости оцифровки; новые услуги учреждений культуры; культура и бизнес.

Культура – образованию, образование – культуре. Наряду с традиционными для конференций «EVA 2008 Москва» мероприятиями (выставка “Мультимедиа в культуре, искусстве, гуманитарном образовании”; Конференция ИРИТОП "Информационные ресурсы и технологии охраны памятников"; фестиваль творческого интерактивного мультимедиа контента "КОНТЕНТ-2008" и др.) планируется организовать студенческую конференцию EVA (совместно с Московским государственным университетом культуры и искусств) и круглый стол “Дети в Интернете” (к Году семьи в Российской Федерации, организуется совместно с Российской государственной детской библиотекой).

На сайте конференции опубликованы материалы первого совместного открытого Координационного Совещания руководящих органов ИКОМ России, ИКОМОС России, Российского Комитета Всемирного Наследия, ПИДВ, РБА, Союза музеев России и органов управления архивным делом с участием Государственной Думы и Совета Федерации Федерального собрания Российской Федерации, представителей исполнительных органов власти и бизнеса «Формирование культурной политики и координация практической деятельности ведущих общественных объединений и учреждений культуры в области создания и сохранения цифровых информационных ресурсов по культурному и научному наследию и

переходом к обществу, основанному на знании». Совещание проходило 3 декабря 2007 г. в рамках конференции «EVA 2007 Москва». Второе открытое Координационное Совещание планируется организовать 1 декабря 2008 года на конференции «EVA 2008 Москва».

Виртуальные экспонаты и виртуальные музеи сегодня едва ли не популярней реальных. **А значит это реальный культурный феномен, свойства которого могут быть продуктивны для музейной работы.** Технологии их проектирования сегодня вполне доступны и воспользоваться ими может любой пользователь Интернета. На сегодня **разработаны удобные средства доступа к музейным каталогам и информации по культурному наследию, размещенной в Интернет.** Таким образом, коммуникационная сеть **эффективно расширяется за счет интерактивных мобильных узлов** обеспечивает удаленному посетителю телеприсутствие в музее.

Согласно Мак-Люэну определенный тип коммуникаций (коммуникационная технология) не просто задает, но создает социальный мир – "галактику". Человек, как считает Мак-Люэн утратил чувство общности (общины). Исходное единение с родом сменилось неутолимимым желанием преодоления разобщенности, задав культурную традицию поиска путей этого преодоления. Однако, основная семантическая ось истории ориентирована, согласно модели Мак-Люэна, как вектор от "эксплозии" к "имплозии", т.е. к новому синтетизму на основе компьютерных средств коммуникации. Если аудио- и видео-культуры репрезентировали и объективировали в средствах массовой коммуникации – соответственно – слуховые и зрительные анализаторы, то компьютерная техника объективирует ("выводит наружу") саму нервную систему, экстраполированную на все человечество. «Электронная эпоха» по М.-Л., будет характеризоваться "тотальным объятием": mass-media на новой технологической основе возвращают человеку утраченную включенность в общность, только теперь эта общность приобретает всечеловеческий масштаб, ибо предоставленная компьютерной техникой возможность

мгновенной передачи информации и мгновенного же на нее реагирования, фактически упраздняет пространство и время ("имплозия" как мгновенное сжатие, информационного и пространственно-временного континуумов), позволяя человеку не только осознать, но и прочувствовать свое единство с человечество⁸⁰.

Раздел V

Музеология как междисциплинарное направление в познании XX в.

Попытки осмыслить кризисную ситуацию в музеях в конце XX– начале XXI века стимулировало развитие музейного дискурса и породило множество направлений, в рамках которых теоретические вопросы, связанные с существованием музея в культуре, рассматриваются под различными углами зрения. Однако, развитие культуры идет так, что наиболее интересные в художественном отношении события происходят главным образом в сфере принципиально тиражируемых и репродуцируемых явлений культуры.

Антропологический подход в музейном строительстве (экомuzeи, музеи общин) формирует экологическую концепцию в музейном строительстве. «Новая музеология» продвигает идеи интеграции музея в окружающую среду, социализации музея. Музеи всегда играли важную роль как международные центры в изучении профильных наук и гуманитарных проблем. Сегодня музей развивается как коммуникативная система, часть индустрии развлечений, общего информационного пространства. Задача интегрального развития творческих индустрий в музее. Должна сделать из важной составляющей общего культурного процесса.

Заключение. Подводя итог, можно отметить, что в рамках музееведческой традиции, музей рассматривается, как институт, задачей которого является отыскание, хранение и изучение «ценностей», которые воспринимаются как нечто безусловные, а так же распространение знания об этих ценностях, в то

⁸⁰ Мак-Люэн М. Галактика Гуттенберга Сотворение человека печатной культуры М., 2003

время как сам процесс формирования и продвижения этих ценностей не рассматривается. Новые технологии синтеза Интернет-технологий, экономических знаний, систем управления должны существенно обогатить возможности приложения социальных функций музею, как инструмента социальных преобразований. В последнее время все больше внимания уделяется рекреационной функции, совершенствуемой благодаря технологиям интерактивности.

Технология партнерства делают музейную деятельность важной частью процесса культурной коммуникации, следствием которой может стать значительный рост числа посетителей и демократизацией основных принципов работы музеев, обогащению социальной роли музеев.

Важным фактором развития творческих индустрий и интерактивности в музее может стать политика – государственная, региональная или муниципальная. Повышение самостоятельности организаций культуры может стать базой для развития творческого предпринимательства.

В 2002 году состоялось второе рождение Александрийского музея в проекте названном Новая Библиотека. В большом комплексе, построенном по проекту норвежского архитектора К. Торсена при участии американца К. Дьюкерса и австрийца Х. Капеллера помимо библиотеки разместились планетарий, конференц-зал, театр и концертный зал, естественнонаучный музей, музей каллиграфии, музей манускриптов, международная школа информатики, реставрационные мастерские, выставочные залы. Археологическая и историческая части экспозиции построены по принципу смены культур: египетской, эллинистическо-римской, византийской, коптской и мусульманской. По мысли создателей такая последовательность должна учить веротерпимости и уважению к наследию прошлого. И в сегодняшнем многоконфессиональном мире здесь могут учиться и заниматься исследованиями представители всех вер. Истоки этого либерализма видят в древнем птолемеевском музее. Патронажный совет новой Библиотеки возглавляет президент Египта Хосни Мубарак. В состав

Совета входят президент Франции, королева Испании и ряд руководителей крупнейших стран мира, а также представители ЮНЕСКО. Совет стремится оградить новый международный центр культурного сотрудничества от политических и религиозных катаклизмов⁸¹.

Может быть прав был Никола Пуссен транслировавший в своем «Царстве Флоры» идею о вечном возрождении прекрасного или Андре Жид утверждавший утешительную мысль о том, что культура подобно зерну в Евангелии, должна умереть, чтобы воскреснуть.

И в начале XXI века процесс интенсивного музейного строительства в мире набирает обороты. Особенно множится число интерактивных музеев. Интерактивными становятся и старые, традиционные музеи. Очевидно, что мы имеем дело с перспективной тенденцией, формирование которой обусловлено насущными проблемами развития культуры, общества и мира.

Схематизируя выводы этих размышлений о музее можно представить их в следующей формуле: наследие + интерактивность музеев + новые технологии + национальные программы = *пространство толерантности*. На основе такого синтеза музей возвращается к своим истокам, снова превращаясь в полифункциональный, мультимедийный общественно значимый институт.

⁸¹ Валерий Поршнеv Второе рождение Александрийского музея//Мир музея № 3 с. 47.