

Программа «Новые музеи для Сибири»

**Музей как пространство  
образования: игра, диалог,  
культура участия**



Фонд  
Михаила  
Прохорова

Творческая группа  
«Музейные решения»

УДК 379.4  
ББК 79.1  
М.89

Составители — Н. Копелянская, А. Щербакова  
Редактор — Н. Занегина  
Корректор — Н. Занегина  
Рецензенты — О. Карпова, Ю. Мацкевич  
Дизайнер — Е. Осипова  
Иллюстрации — Ю. Лохина

**Музей как пространство образования: игра, диалог, культура участия.** / Отв. ред. А. Щербакова. Сост. Н. Копелянская., М. 2012. — 176 стр.

Издание осуществлено при финансовой поддержке Благотворительного фонда культурных инициатив (Фонд Михаила Прохорова) и организационной поддержке некоммерческого партнерства «Автоматизация деятельности музеев и информационные технологии» (НП АДИТ).

©Творческая группа «Музейные решения», 2012  
©Ю. Лохина, 2012

## Оглавление

<i>Наталья Копелянская. Вместо предисловия</i> .....	4
<b>Часть 1. Образовательное пространство музеев и навыки XXI века</b>	
<i>Дарья Агапова. Культура участия: миллионы диалогов</i> .....	8
<i>Роджер Харт. Участие детей: от симуляции к полноправию</i> <i>Перев. Н. Копелянской</i> .....	21
<i>Татьяна Гафар. Образование в современном музее:</i> <i>типы программ и направления развития</i> .....	29
<i>Вероника Голицына. Пришел, увидел, осознал</i> .....	39
<b>Часть 2. Управление творчеством: тексты, издания, путеводители</b>	
<i>Анна Щербакова. Тексты в музее. Для кого они?</i> .....	44
<i>Дарья Агапова. «Да и нет не говорить, черное-белое не называть»</i> .....	55
<i>Ольга Леонова. Музейные издания для детей</i> .....	62
<i>Софья Пантюлина. Игровой путеводитель по музею.</i> <i>Практические рекомендации составителям</i> .....	84
<i>Марина Мацкевич. «Как поймать сюжет и не оставить подвешенных</i> <i>вопросов». 12 тезисов по созданию сюжетов и задаванию вопросов</i> <i>в игровых путеводителях библиотеки</i> .....	94
<i>Ольга Синицына. Образовательные программы в музеях</i> <i>и музейные библиотеки</i> .....	98
<b>Часть 3. Коммуникация с каждым: психология, наследие и новые медиа</b>	
<i>Лина Коган-Лернер, Наталья Копелянская. Подростки в музее:</i> <i>что важно не забывать?</i> .....	106
<i>Подростки в музее: два подхода. Комикс</i> .....	120
<i>Александр Артамонов. Музейный сайт как инструмент</i> <i>музейного просвещения</i> .....	124
<i>Николай Селиванов. Творческая память. Художественные</i> <i>образовательные медиа проекты на основе культурного наследия</i> .....	139
<i>Об авторах</i> .....	154
<i>О программе «Новые музеи для Сибири»</i> <i>Фонда Михаила Прохорова</i> .....	158
<i>О Всероссийском профессиональном форуме в рамках</i> <i>Фестиваля «Детские дни в Петербурге»</i> .....	160
<i>О творческой группе «Музейные решения»</i> .....	162

## Вместо предисловия

В современном обществе успех зависит от информационной грамотности, уверенности в собственных силах, умения эффективно общаться и решать проблемы. Меняются навыки, увеличиваются возможности выбора, все труднее становится принимать решение. Музеи, библиотеки, институты памяти стараются фиксировать, как изменились навыки человека в XXI века и адекватно реагировать на эти изменения, предоставляя услуги и конкурируя на рынке свободного времени с кино, театрами, детскими клубами, торгово-развлекательными центрами и, конечно, интернетом. В этом сборнике мы постарались описать новые феномены, модели практики и тренды в образовательных музейных проектах.

Представляя себе читателя этого сборника, мы думали о российском музейном профессионале, который интуитивно чувствует, что изменения во внешнем мире оказывают влияние на его каждодневную практику музейного педагога, экскурсовода, экспозиционера, и это подвигает его/ее на анализ и на создание новых услуг. Вторая ситуация, о которой мы думали в процессе создания сборника, это стоящая перед музейным профессионалом задача запустить свой собственный новый образовательный проект, который он хочет сделать «на вырост», отчетливо осознавая новую ситуацию в сфере стандартов школьного образования и в системе открытого образования во всем мире. Если же вы не музейщик, а художник, инженер, биолог, музыкант, но работаете с детьми, то этот сборник тоже для вас, поскольку вы тоже принадлежите к типу людей, которые имеют дело с восприятием и задумываются о том, как адекватно донести свою мысль до детей разного возраста.

Авторы данного сборника не раз оказывались в подобных ситуациях. Идеи, изложенные здесь, оформились не сразу, они развивались постепенно, под воздействием суждений разных экспертов, которые не всегда совпадали с общепринятыми взглядами на музейную педагогику. Другой причиной для составления этого сборника было желание ответить на получаемые нами в последнее время запросы лекций, статей, семинаров на те или иные темы. В сборнике мы попытались описать и проанализировать то, что появилось в результате нашей деятельности за последнее десятилетие. И последнее: мы надеемся, что данное издание положит начало новой серии профессиональной литературы в рамках программы «Новые музеи для Сибири», дефицит которой мы так остро ощущаем.

Сравнительному анализу «культуры участия», типологии образовательных программ, которые существуют в России сегодня, а также взгляду просвещенного семейного посетителя, посвящен первый блок статей Д. Агаповой, Р. Харта, Т. Гафар, В. Голицыной. «Культура участия» является своеобразным ответом посетителей музея на сильные экономические потрясения, консьюмеристскую культуру и технологические инновации, при-

ведшие к очевидным социальным изменениям и новым практикам и навыкам. В то время как музеи все еще настаивают на уникальности своего содержания, их потенциальные посетители хотели бы найти и находят альтернативные способы проявить свою оригинальность и альтернативный оригинальный контент. С ростом социальных сетей нам всем стало отчетливо видно, какое невероятное количество людей выкладывают свои изобразительные работы, музыку, поэзию на свободные платформы интернета, с удовольствием участвуют в политике и в волонтерском движении, то есть ведут активный образ жизни. Конечно, при этом они стали меньше ходить в музеи и на выставки, которые не предлагают им продемонстрировать свою ценность. Как музеям соединиться вновь со своей аудиторией, есть ли еще один шанс обрести взаимность? Полагаем, что он есть только в том случае, если музейный посетитель превратится из культурного потребителя в активного участника.

Вторая часть посвящена многообразию музейных изданий, роли текста в музее и, в частности, игровым семейным путеводителям. Одним из основных запросов, которые мы получаем последнее время, стало консультирование, экспертиза или разработка детского музейного маршрута и объединение их в межмузейное путешествие для детей разных возрастов. За девять лет проведения фестивалей «Детские дни в Петербурге» и 5 лет существования московского проекта «Семейное путешествие. Всей семьей в музей» было создано немало разработок по типологии задания, накоплен любопытный опыт по работе с иллюстраторами, психологами и редакторами, достойный обобщения и публикации. В этом году пилотный проект межмузейных путешествий будет запущен в Перми. Таким образом, спустя почти десять лет было решено собрать и представить то, что кажется существенным при передаче этой практики в другие музеи, сделана попытка отчуждения, технологизации опыта. Хотелось бы особенно подчеркнуть, что музей как сложный коммуникационный, гипертекстовый организм может предложить множество ключей для выстраивания диалога с различными музейными аудиториями, используя как жанровое разнообразие предлагаемых нами текстов, так и общение в разных стилях без утраты содержания. А. Щербакова, Д. Агапова, С. Пантюлина, О. Леонова, М. Мацкевич, О. Сеницына — авторы второго блока — говорят о возможных решениях, которые были уже найдены в России, Европе и Америке. За рамками сборника остались вопросы, связанные с детской экспозицией, но мы надеемся посвятить этой теме отдельное издание.

Третья часть сборника посвящена решениям, связанным с задачей, которую решают все российские музеи уже сегодня, — как сделать музей понятным и интересным для подростков и как работать с новыми медиа. Здесь взгляды музейных специалистов на эти проблемы прокомментировал специалист по возрастной психологии, поскольку, на наш взгляд, было важно показать горизонты, которые сейчас открылись перед нами в связи со все

## Часть 1. Образовательное пространство музеев и навыки XXI века

возрастающей долей информационных технологий в нашей жизни и изменившимися навыками посетителя музея. А. Артамонов, Н. Селиванов, Л. Коган-Лернер и Н. Копелянская постарались представить здесь свое видение и анализ ситуации. Отдельно стоит сказать, что тема «культуры участия» впервые широко прозвучала в России на Всероссийском профессиональном форуме «Музей и детская культура» в Санкт-Петербурге, где обсуждались разные вопросы образования в музее и отдельно работа с подростками. Два основных подхода к работе с подростками – традиционный и экспериментальный – продемонстрировала своим комиксом художник-иллюстратор Юлия Лохина.

Музеи обладают достаточной властью, талантами и человеческими ресурсами, чтобы играть ведущую роль в обновлении мира. У музейных профессионалов – по сути в обществе – сегодня есть все возможности для направления своих способностей к самоанализу и критической оценке в русле активной трансформирующейся деятельности. История учит нас, что большие социальные перемены происходят не во времена экономической стабильности, а во время кризисов и сомнений, как в наши дни. Перед нами стоит задача создания новых форм и содержания музейных связей, соответствующих новой эпохе, – со знанием культуры участия и креативности, потому что старые связи и форматы больше не работают.

Для достижения понимания и согласия со своей аудиторией музеям необходимо предложить им реальные способы изменения и повышения их уровня жизни и самооценки. Представляется, что сегодня это возможно либо через участие в музейном содержании, либо через диверсификацию уровней доступа к коллекции и экспозиции.

Если музеи не отнесутся к этой задаче серьезно, то разрыв будет увеличиваться, и боюсь, что если все останется как есть, им придется вести весьма неуютное существование среди большого количества недовольных.

Пришло время заново формулировать задачи, сделать выбор, принимать решения и брать на себя ответственность за их воплощение. Желаем успехов!

*Наталья Копелянская*

# Культура участия: миллионы диалогов

Дарья Агапова

## Культура участия и «музей 2.0»

Последние несколько лет на европейских и американских музейных конференциях обсуждают наступление эпохи «культуры участия» (participatory culture). Масштабы последствий этой тихой революции подчас сравнивают с теми переменами в культурном ландшафте, которые некогда принесло с собой изобретение книгопечатания. Сегодня речь идет о принципиальной смене модели взаимодействия культурных институтов с обществом, что, похоже, становится неизбежным в новых социальных обстоятельствах.

Participatory culture — это, прежде всего, свободное, деятельное и осознанное участие людей в культурных и социальных процессах, возможность для них быть не только «потребителями» или объектами воздействия, но вносить свой собственный вклад в принятие решений и создание культурных событий (например, выставок или образовательных программ), а стало быть, в процесс осмысления и актуализации культурного наследия.

**Participatory activities** — буквально: «совместная, общая деятельность». *Participatory museum* — музей, который основывает свою деятельность на содержательно существенном участии посетителей, местного сообщества, партнеров.

### Базовое определение participation (UNICEF, 2006):

«У людей есть свободное право включаться в социальные и культурные процессы и содействовать развитию, и они делают это добровольно, деятельно и с полным пониманием происходящего».

Ее стремительный взлет связан с бумом новых социальных интернет-технологий, то есть с возникновением множества ресурсов, которые развиваются за счет пользователей, инвестирующих в них свое время, внимание, знания, умения и чувства. Эти ресурсы, называемые Web 2.0, обладают существенным преимуществом перед традиционными формами односторонней трансляции информации: они становятся тем лучше, чем больше число их пользователей. В качестве самого известного примера такого ресурса можно назвать Википедию, которая по скорости реакции, широте охвата, многоязычию и популярности мгновенно оставила позади все классические энциклопедии. Здесь нет места для обсуждения ее недостатков (коих тьма), но для нашей

Культура участия — молодой побег на старых корнях. Это концепт относительно новый для музейного мира, но давно существующий в сфере политической и общественной деятельности. Музеям (в особенности американским) он отчасти знаком по волонтерскому движению. Сегодня культура участия становится и основной зоной развития музея как института, и своего рода интеллектуальной модой.

Ее стремительный взлет связан с бумом новых социальных интер-



темы важно напомнить, что этот проект устойчиво развивается уже 10 лет, тогда как на старте эксперты отрицали саму возможность существования такого рода «народной» энциклопедии.

По аналогии с такими открытыми ресурсами Web 2.0 европейские и американские культурологи говорят о возникновении феномена музея 2.0 (или participatory museum). Это музей, развитие которого в существенной степени определяется его посетителями, реальными и потенциальными, местным сообществом и партнерами. Речь пока не идет о готовой концепции института нового типа, но только о векторах развития, вокруг которых ведутся горячие споры.

На запрос «participatory culture» Google отвечает тысячами ссылок на образовательные и культурные

### Пример культуры участия в действии:

наблюдение за птицами (birdwatching), популярное и раньше, приобрело в последние годы новое измерение благодаря появлению международных интернет-ресурсов, где любители могут делиться результатами своих наблюдений. Тем самым к удовольствию от общения и природы прибавилась возможность бескорыстно помочь профессиональным орнитологам в отслеживании миграций или ареалов распространения редких видов. В Финляндии, например, государство всячески поддерживает это экологически полезное увлечение, возводя специализированные башни, распространяя информацию и прокладывая маршруты прогулок и походов. Роль инициаторов такой поддержки могут брать на себя краеведческие или биологические музеи. Важно упомянуть, что в поддержке этого интереса крайне заинтересованы также фирмы — производители оптики, что создает основания для взаимовыгодного спонсорского партнерства.

ресурсы. По запросу «культура участия» по-русски мы получим в основном сайты, связанные с политическим активизмом. Показательно, что до самого последнего времени словосочетание «культура участия» в связи с музеем использовалось почти исключительно в значении «умение вести себя, принимая участие в культурном событии». В апреле 2011 года мы в первый раз проводили в рамках фестиваля «Детские дни в Петербурге» семинар под названием «Музей как проводник культуры участия», в ходе которого обнаружилась другая семантическая особенность: оказалось, что понятия *participatory activity* и *интерактивность* сливаются в сознании музейщиков в одно. О важности различия между ними речь пойдет ниже. А формулу «музей = проводник» можно считать главным тезисом этого текста.

### Культура участия против культуры потребления, или Почему именно музей?

Термин *культура участия* возник как антитезис *культуры потребления* (consumer culture) и в первую очередь относился к производству и потреблению информации в интернете. Предельно упрощая, можно нарисовать такую схему: новый круг бесплатных программных средств и платформ Web 2.0, таких как YouTube, Facebook, «ВКонтакте», Flickr, позволил даже технически не-

**Бесплатная работа армии специалистов** над новыми программными средствами с открытым кодом, находящимися в свободном доступе, глобальные изменения в отношениях интеллектуальной собственности (см. Creative Commons license), горизонтально организованные группы взаимопомощи и благотворительности, технологии взаимообучения peer-to-peer (от равного к равному), добровольные ограничения потребления из экологических соображений, бескорыстное предоставление свободных мощностей своего компьютера для распределительных вычислений и т. п. — все это проявления культуры участия.

подготовленному человеку создавать собственные тексты в блогах, новости, видеоролики, фотографии, музыкальные клипы и делиться ими с другими пользователями. Это разрушило иерархию производитель — потребитель. Теперь пассивный *Человек потребляющий*, подверженный манипуляциям маркетологов и атакам рекламы, может превратиться в активного *Человека участвующего* (вкладывающего, производящего, со-действующего). Даже простая возможность написать комментарий под статьей в интернет-версии бумажного журнала полностью меняет позицию читателя, фактически позволяя ему

чувствовать себя соавтором. А владелец аккаунта в «Живом журнале» или «ВКонтакте» в меру сил, желаний и способностей создает авторскую композицию из своих и чужих мыслей, образов, мнений, мечтаний.

Кроме того, новые инструменты, гибко реагируя на потребности и запросы пользователей, дают им возможность объединяться вокруг общих интересов

или временных задач. А быстрое развитие и, что важно, удешевление технологических средств создает для участника среду постоянной персональной вовлеченности.

Возникает соблазн назвать культуру участия побочным продуктом развития социальных интернет-сетей. И отсюда — считать проекты в духе культуры участия своего рода виртуальной нагрузкой к «нормальным» культурным проектам (например, прошла выставка в музее, а теперь посетители обсуждают ее «ВКонтакте»). Осознание *системности* перемен оказывается непростой задачей для традиционных институтов культуры и образования.

Важный в этом смысле документ называется «Лицом к лицу с вызовами культуры участия»<sup>1</sup>. Его автор Генри Дженкинс из Массачусетского технологического института анализирует сферу отношений новых цифровых медиа и системы образования, но генеральные выводы могут быть полезны и для музеев. Он призывает не рассматривать культуру участия только как продолжение развития интернет-технологий. По его мнению, самым существенным выводом из анализа нового типа информационных отношений должно быть понимание тотальности современного культурного сдвига, ключом к которому и становятся механизмы участия.

Интерактивные компьютерные технологии поддерживают развитие культуры участия, но она ни в коем случае не сводится к ним. Возможно, историки еще придут к выводу, что развитие технологий было не причиной, а, наоборот, следствием новой конфигурации культурных сил. Собственно ответом на «вызовы культуры участия», по Дженкинсу, и должна становиться способность институтов культуры и образования принимать системные решения, касающиеся осмысления базовых оснований своей деятельности (о чем пойдет

**В 2007 году для проходящего раз в 10 лет** в немецком городке Мюнстере международного фестиваля скульптурных проектов британский художник Марк Воллинджер создал «социальную скульптуру». Произведение представляло собой просто тонкую нить, протянутую между множеством городских построек и объектов. Как нельзя более ярко этот артефакт демонстрирует новое отношение к сути культурного события. Как таковым произведением искусства является не сам объект, который почти невозможно разглядеть, но те социальные взаимодействия, которые возникли в ходе его создания. Художник поставил себе цель не просто формально договориться со всеми владельцами построек, но донести до них смысл происходящего и сделать их своими сообщниками.

Результат проекта — то новое отношение к городскому пространству и существованию искусства в нем, которое возникло в итоге у местных жителей.

<sup>1</sup> «Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century». Henry Jenkins with Ravi Purushotma, Margaret Weigel, Katie Clinton, and Alice J. Robison. 2009. Электронная версия: [http://mitpress.mit.edu/books/full\\_pdfs/confronting\\_the\\_challenges.pdf](http://mitpress.mit.edu/books/full_pdfs/confronting_the_challenges.pdf)

речь ниже), а не просто вводить в свою практику отдельные технологические новинки.

Почему, несмотря на свою врожденную консервативность, музей входит в число главных проводников культуры участия в обществе?

Музей включен в процесс культурного производства и потребления (производит и продает за деньги или символический капитал культурные продукты — выставки, каталоги, события, экспозиции). Но по своей природе он противостоит культуре потребления, так как наделен эксклюзивным правом изымать вещи из товарооборота. Вещь в музее не имеет цены, исключена из отношений обладания и собственности, в пределе — помещена в «общий фонд» человечества. Это дает музею основания обращаться к вечности, «к потомкам». Тем самым музей открыт для participatory culture, которая

**Одним из первых отечественных проектов в духе культуры участия** была «Музейная долина» саратовского Дома-музея Павла Кузнецова (начало реализации — 2004 год). Задавшись целью изменить восприятие депрессивной части городского пространства в сознании жителей, музейщики нашли способы вовлечь в эту работу представителей разных социальных слоев и профессий — студентов, художников, ученых, детей. Таким образом забытые культурно-символические смыслы со дна заброшенной местной речки поднимали сами горожане, осуществляя тем самым, пусть в камерном масштабе, социальное преобразование городского пространства. Так крошечный музей, практически лишенный коллекции, стал инициатором и модератором крайне важного для всего города процесса.

жению Кеннета Хадсона, «интеллектуальной коррупции искусствоведов», но в идеальной смысловой перспективе музей все же исполняет роль особой открытой среды, доступной всем и, главное, пользующейся доверием, в которой общие гуманитарные ценности стоят выше текущих интересов той или иной группы. Именно благодаря этой (даже потенциальной) возможности представлять общество в целом музей сохраняет особый авторитет, отличный от авторитета денег или власти. И это требует от него реализации и развития социальных обязательств. «Билет», выдаваемый каждому, должен быть действительно не в вечности, не «для потомков», а прямо сейчас. И именно в этом заключается суть культуры участия.

предлагает «билет» в этот общий культурный фонд человечества для каждого способного к бескорыстному содействию участника.

С обязанностями социально ответственного института музей согласился на предыдущем этапе своего развития. Сегодня мы можем себе представить элитный бутик, элитную школу и галерею, даже элитный дом престарелых, но не элитный музей. Музей только для успешных и благополучных становится уродом в семье. Поэтому, даже повышая в условиях кризиса цены на входные билеты, музеи обязательно сохраняют дни бесплатного посещения и обширные списки льгот. На практике экспозиция может воплощать идеологию власти или подчиняться, по едкому выра-

## Интерактивность VS культура участия

Эти два понятия часто смешивают. Между тем, именно их различия, мне кажется, важны для понимания природы participatory culture.

Интерактивность — схожий по универсальности и предшествующий по времени тренд развития музея. Эти две модели родственны тем, что ставят в центр музейной проблематики коммуникацию с посетителем (а не хранение, как это было раньше), делая ее мерилем успеха деятельности музея в целом. Но, что очень важно, при этом они обращены к разным аспектам человеческого существа.

Понятие интерактивности также пришло в музей из мира информационных технологий. По своему базовому смыслу интерактивность — это такое взаимодействие пользователя с системой, при котором система откликается на действия пользователя, то есть система предполагает содержательную обратную связь.

В музее под интерактивностью принято понимать диалогичные отношения посетителя с экспозицией (в противовес монологичному рассказу экскурсовода о статичных вещах) и создание особой среды, с которой посетитель может вступать в непосредственное взаимодействие (как минимум, потрогать).

Интерактивность в музее — антоним пассивного восприятия информации. Часто этот термин трактуется очень широко, и вокруг его границ еще недавно велись жаростные споры. Общим местом стало понимание того, что наличие в экспозиции сенсорного киоска или плазменной панели не делает ее интерактивной, а экскурсия не может называться интерактивной только потому, что ее ведущий облачен в театральные костюмы и/или задает группе несколько вопросов.

Интерактивность предполагает внимание к мотивации посетителя, его психологическим потребностям, его познавательным стратегиям. Эти еще недавно пионерские, а теперь уже само-собой-разумеющиеся методы музейной педагогики — так называемые действия с «включенными» руками (hands-on activities), игровое взаимодействие посетителя друг с другом и с педагогом, ролевые игры, поддержка

**Бросающимся в глаза «симптомом» культуры участия как моды** стали почти обязательные теперь на европейских выставках доски со стикерами, на которых посетителям предлагается оставить свое мнение по тому или иному вопросу. У многих они уже даже вызывают раздражение. Мне кажется, важно развести две стратегии: если такого рода активность предназначена только для того, чтобы посетителей развлечь, то она осуществляется в русле модели интерактивности. К культуре участия ее можно отнести только в том случае, если музей исследует и учитывает мнения посетителей, опираясь на них в последующих решениях.

**Edutainment** — неологизм, составленный из английских слов education (образование) и entertainment (развлечение, зрелище, гостеприимство).

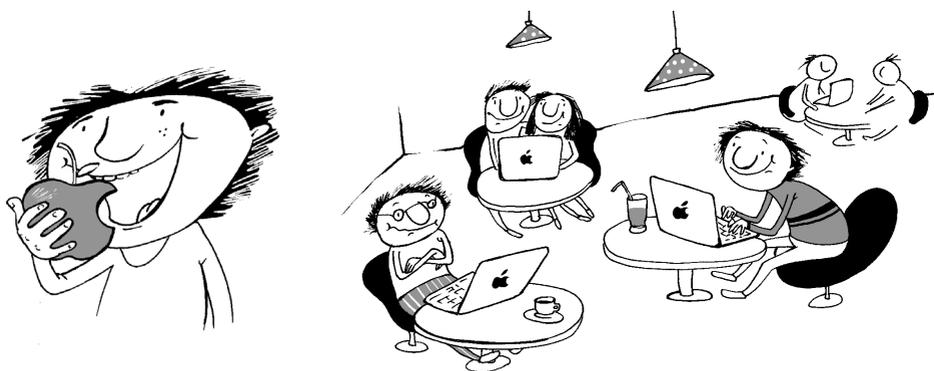
самостоятельной поисковой активности посетителей (например, с помощью путеводителей с заданиями) — принято обобщать термином эдьютейнмент.

Предельные случаи интерактивности — музеи без подлинных экспонатов, состоящие из копий или специально созданных наглядных пособий-аттракционов (подобные «центрам открытий») — после тяжелых позиционных боев стали включать в отдельную группу на полях музейного мира (считая их как бы немножко «недомузеями»). Для таких случаев введен в оборот термин *эксплориум*.

Так или иначе, определяющим свойством интерактивной программы в музее является то, что она обращается к «думающему телу» человека, задействует не только его зрение и слух, но и другие каналы восприятия, а также включает кинестетический (через освоение пространства) и другие типы познавательной активности.

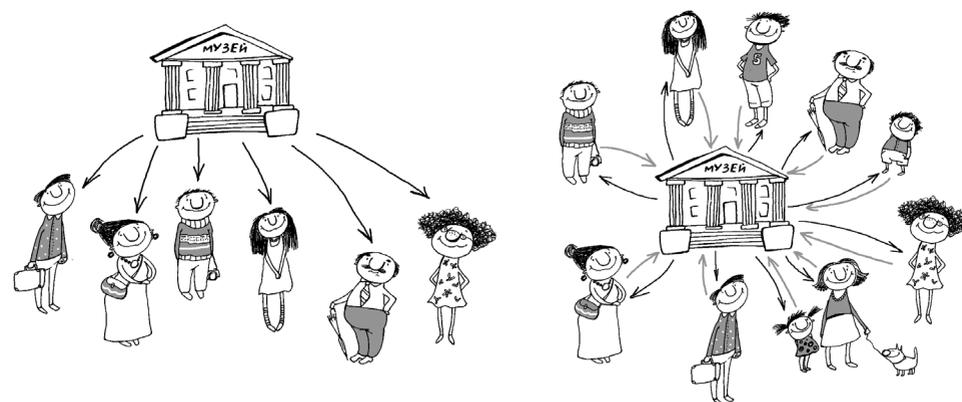
Культура участия не отменяет и не заменяет интерактивности. Часто проекты в духе культуры участия используют приемы интерактивности. Но важно, что в целом эти две модели существуют в разных плоскостях. Культура участия обращена к другой стороне человеческого существа — к социальному «телу» человека — к его коммуникативным потребностям, его желанию быть услышанным и включенным, к стремлению приносить пользу, к жажде познания.

Результат интерактивного проекта может быть локализован «внутри» посетителя — это приращение его знаний, навыков или даже просто удовольствие. Результат проекта в духе культуры участия — скорее между людьми — это увеличение количества или развитие качества связей, новые формы коммуникации, новое понимание общности, возможностей выходить за свои собственные границы, взаимодействовать, со-участвовать...



ИНТЕРАКТИВНОСТЬ  
«Думающее» тело человека

КУЛЬТУРА УЧАСТИЯ  
Социальное «тело» человека



Классический музей транслировал людям знания и ценности с высоты своего авторитета. Музей 2.0 является площадкой двунаправленной коммуникации. Он принимает от людей «вклады» знаний, мнений, внимания, чувств и таким образом становится модератором культурного диалога.

### Сокровищница или модератор диалога?

Классический музей, принимая концепцию интерактивности, прошел этап значительного сопротивления хранителей (а многие отечественные музеи по-прежнему игнорируют ее). Принять модель культуры участия музею оказывается еще сложнее.

Интерактивность может быть обеспечена созданием слоя, как бы параллельного традиционной «сохраняющей» экспозиции: реплики, которые можно трогать, путеводители, которые не меняют устройства экспозиции, но предлагают новые способы ее освоения, детские уголки или комнаты, которые являют собой своего рода эксплориумы, встроенные в традиционный музей и четко отделенные от него.

В то время как принимающему модель культуры участия музею приходится вносить изменения в понимание собственной миссии и глубоких основ своей деятельности. Проекты в духе культуры участия предполагают, что музей готов отказаться от роли безусловного эксперта, вещающего с объективных высот, хранителя культурных ключей, точно знающего, что посетители должны усвоить и к чему быть «приобщенными». Вместо этого музей становится модератором диалога и площадкой, готовой дать возможность разным людям и разным группам сообщества представлять свою позицию, вносить существенный вклад, *участвовать*.

Музей 2.0 готов представлять не одну точку зрения, выбранную им самим или какой-то обладающей властью группой, а спектр мнений в динамике их

взаимоотношений. Такой музей не может выбирать тему выставки или проекта, обходя острые углы и следуя за безопасными стереотипами, поскольку он учитывает позиции многих «пользователей». Таким образом он оказывается перед неизбежной необходимостью работать с актуальными вопросами и большими темами современности.

Три примера из практики музеев разного профиля. Респектабельный лондонский Музей Виктории и Альберта, богатейшее постколониальное собрание декоративного и прикладного искусства всех времен и народов, в мире участия уже не может позволить себе выставок в духе «их экзотические культуры» в рамках «нашей» рафинированной культуры презентации коллекций. Чтобы избежать подобного цивилизационного высокомерия, музей регулярно устраивает события, вовлекающие представителей разных субкультур (и не только этнических) и с их помощью ищет способы включить их вклад в экспозиции. Так возникают «недели беженцев» и фестивали диаспор, во время которых, например, новые лондонцы придумывают и проводят для публики авторские экскурсии, состоящие из персональных историй, вдохновленных экспонатами музея («My V&A Tours»). Или предлагает поучаствовать в коллективных виртуальных выставках фотографий, сняв своей или выданной напрокат музеем камерой «объекты, которые рассказывают что-то важное о тебе» («My Museum Digital Collage»). Разумеется, участие во всех таких событиях бесплатное.

Этот пример иллюстрирует тот факт, что сегодня привлечение аудитории к участию само по себе может являться целью культурного проекта, а следовательно, работает формула «процесс = результат» (выстраивание коммуникации — это и есть полноценный результат проекта).

Второй пример: выставка «Ветераны» Музея Серлакиуса финского города Мянтыя. Это музей бумагоделательной фабрики в крошечном городке — фактически местный краеведческий. Выставка стала событием, прозвучавшим во всей Финляндии, а в 2011 году приезжала в Музей Анны Ахматовой в Фонтанном Доме в Петербурге и получила премию «Музейный Олимп» как лучшая выставка года. Проект посвящен советско-финской «зимней» войне 1939—1940 годов, отголоски которой до сих пор слышны почти в каждой финской семье. Его авторы ушли с проторенной громогласно-риторической дороги «воинская слава», «победители — побежденные», «агрессоры — жертвы»... Это удивительная, потрясающе человеческая выставка о людях, переживших войну, о том, как они справились с воспоминаниями, о страхах, боли, мужестве, великодушии. И то, что она создана с деятельным участием этих людей, позволило ей выйти на новый уровень разговора о войне. Готовя проект, музей провел глубокие интервью со 144 ветеранами, живущими в округе. Из их рассказов авторы сконструировали собирательный образ пожилой пары. Выставка представляла собой тотальную инсталляцию — квар-

тиру супругов, полную фантомов и воспоминаний, искусно воплощенных с помощью мультимедиа. Многослойный, тонко срежиссированный «текст» выставки позволял каждому посетителю построить свой собственный образ.

Третий пример. Музей Аризоны продолжает работу над многосоставным проектом, ориентированным на подростков и посвященным здоровому образу жизни и проблеме ожирения, стоящей очень остро перед бедными слоями населения. Проект включает выставку, издание книжки комиксов, выпуск игры для скейтбордистов, передвижную экспозицию и летний лагерь для детей, остающихся на каникулах в городе. Свои антропологические коллекции музей использует при этом, чтобы помочь подросткам исследовать, какой значимой частью человеческой культуры является (и всегда было) приготовление и употребление пищи, и таким путем прийти к осознанному отношению к собственному образу жизни.

### Для посетителей или вместе с ними?

Если говорить о музейной коммуникации, классический музей сосредоточен на презентации коллекций и в своих решениях исходит из того, что он может *интересно показать* посетителям. Тогда как музей 2.0 ставит во главу угла *вовлечение и обмен*. Поэтому в первую очередь его усилия сконцентрированы на исследовании подлинного интереса и потребностей аудитории, попытках понять, что именно в коллекции музея может входить в резонанс с жизненными интересами сообщества и как достичь живого диалога с современностью.

Наглядный пример того, какой разный по типу результат дают реализации этих двух моделей на схожем материале, — две выставки, посвященные сказкам. Первую делает музей А (эта концепция знакома многим отечественным музеям, поэтому нет смысла конкретизировать). Ее исходный посыл, если быть кратким, таков: 1) дети любят сказки; 2) многие сказочные реалии ушли из повседневности и ребенку незнакомы; 3) если ребенка познакомить с ними, то понимание сказок станет более объемным. Отсюда следует интерактивная экспозиция, на которой дети могут примерить лапти, попробовать, как работает мельница, ступа, невод и т. п. Эта стратегия «приобщения» к культуре прошлого пользуется большой популярностью, поскольку соединяет традиции с современностью наиболее очевидным образом — через *память*.

Вторую делает музей В (известный мне пример — выставка лондонского Музея детства, филиала музея Виктории и Альберта). Исходный посыл: 1) дети любят сказки; 2) сказки обладают вторым дном и сложным образом связаны с коллективным бессознательным. Музей спрашивает детскую аудиторию, что именно ее интересует, то есть проводит исследование. И получает ответ: больше всего детей волнуют страшные и амбивалентные образы сказок, возможность быть брошенным родителями, как это случилось

с мальчиком-с-пальчик и т. п. В результате возникает выставка под названием «Материя ночных кошмаров» (The Stuff of Nightmares), в которой экспонаты из коллекции музея соседствуют с произведениями современных художников, а школьники с увлечением создают коллективную инсталляцию, перерабатывающую их собственные страхи. Так народная культура прошлого соединяется с народной культурой современности не только в памяти, но и в повседневной жизни людей.

Нина Саймон, автор книги «Participatory Museum»<sup>2</sup> и активный пропагандист новой модели взаимоотношений музея с аудиторией, определяет этот фундаментальный сдвиг так: «Люди воспринимают институцию как место встречи и площадку диалога, вдохновленного коллекцией. Вместо того чтобы быть о чем-то или для кого-то, музей нового типа развивается *вместе с посетителями*».

Разумеется, такой сдвиг требует перемен и в системе управления музеем, механизмов планирования и финансирования деятельности, мониторинга и оценки. В частности, опытные организаторы проектов участия предупреждают, что бюджетные схемы таких проектов должны строиться по новой, более гибкой схеме: поскольку проект развивается и после запуска, на старте расходует в среднем 1/3 ресурсов, а оставшиеся 2/3 перераспределяются по ходу реализации<sup>3</sup>.

Даже отдельные проекты в духе культуры участия исподволь меняют жизнь самого музея, отношения в коллективе, типы мотивации и взаимоотношения сотрудников и волонтеров. Таким образом, вовлекая аудиторию в со-творчество, музей выходит на другой уровень собственного внутреннего развития. Эта часть новой ситуации только начинает исследоваться.

На внешнем — инфраструктурном — уровне, вступая в отношения участия, музей приходит к необходимости обеспечивать все более открытый доступ. В физическом смысле это пандусы, лифты, пеленальные комнаты, парковки для колясок и велосипедов, удобные места для встреч и дискуссий. В коммуникационном — новые типы вовлекающих программ, в том числе (но не

исключительно) использующие возможности высоких технологий<sup>4</sup>, создание клубов друзей, молодежных советов, волонтерских сетей, а также создание расписания, удобного для посетителей-участников, например, увеличение времени работы по вечерам. В виртуальном — увеличение доступности лекций и баз данных онлайн, удобные технологические платформы для обсуждений и совместного использования, активность музея в соцсетях. Также музею приходится думать о привлечении новой аудитории, до которой не докатываются регулярные информационные волны, и отсюда возникают многочисленные новые формы партнерства со школами, детскими садами, досуговыми центрами, презентации возможностей музея в торговых моллах, на ярмарках и фестивалях...

И все эти вновь возникающие связи в рамках модели participatory culture требуют постоянного участия партнеров в процессе развития и уточнения стратегии музея.

И, наконец, последнее, но важное. Образовательные программы классического музея были нацелены на распространение информации и знания. Музей, нацеленный на соучастие и партнерство, существует в среде, где информации слишком много, а в дефиците оказываются способности к синтезу, навигации, продуктивной кооперации и порождению оригинальных идей. Неизвестно, какие именно знания будут существенными в непредсказуемо развивающемся мире, мы не знаем даже, какие именно отрасли промышленности станут полем деятельности для следующего поколения профессионалов. Поэтому концепция образования эпохи культуры участия предлагает перенести центр усилий с передачи знаний на развитие навыков и компетенций, которые позволяют существовать в среде, где невозможны точные прогнозы и заранее заданные образцы действия.

Исследование американского Института музейных и библиотечных услуг «Навыки XXI века»<sup>5</sup> называет среди них прежде всего критическое мышле-

#### Проекты и программы в духе культуры участия помогают музею:

вовлекать посетителей в активное участие в жизни музея,

оказывать позитивное влияние на местное сообщество и поощрять людей к участию в общественной жизни,

исследовать потребности и интересы своих реальных и потенциальных посетителей,

развивать способности сотрудников и волонтеров,

улучшать собственный имидж, авторитет и влияние в местном сообществе, а также общественную поддержку своей деятельности,

выходить за собственные границы и выстраивать партнерские отношения,

привлекать дополнительные ресурсы.

<sup>2</sup> Нина Саймон несколько лет ведет блог, посвященный культуре участия в музее: <http://museumtwo.blogspot.com>. А полный текст ее книги на английском языке доступен в сети: <http://www.participatorymuseum.org/>.

<sup>3</sup> «30 do's for designing successful participatory and crowdsourcing projects» в блоге Джаспера Виссера (по-английски): <http://themuseumofthefuture.com/2011/12/08/30-does-for-designing-successful-participatory-and-crowdsourcing-projects/?mid=54>.

<sup>4</sup> Подробный обзор технических инноваций в музее — «NMC Horizon Report, 2011, Museum Edition» (по-английски): <http://www.nmc.org/news/its-here-horizon-report-2011-museum-edition>.

<sup>5</sup> На сайте Institute of Museum and Library Services по-английски: [http://www.imls.gov/about/21st\\_century\\_skills\\_home.aspx](http://www.imls.gov/about/21st_century_skills_home.aspx).

ние, креативность, коммуникативные умения, способности к партнерству, кооперации и продуцированию новых смыслов, междисциплинарное и кросс-культурное мышление, визуальную грамотность. В своих рекомендательных методических документах институт предлагает музеям и библиотекам рассматривать развитие навыков XXI века как краеугольный камень и индикатор всей работы институции: планирования программ и проектов, стратегического планирования, развития персонала, работы с коллекциями, разработки инфраструктуры и дизайна, мониторинга и оценки.

Важно подчеркнуть, что поворот к этой системе приоритетов возможен для музея любого профиля и масштаба, а недостаток ресурсов в этом смысле становится дополнительным стимулом к переменам. Крупные музеи с богатыми коллекциями, делающие ставку в первую очередь на господдержку, оказываются более консервативными и менее гибкими в выборе стратегии, чем небольшие музеи, которые остро нуждаются в общественной поддержке.

Тему крупнейшей международной конференции по музейному маркетингу Communicating the Museum 2011 года «Музей и ты» («Museum and You») предложил Дамиен Витмор, программный директор Музея Виктории и Альберта, обосновав ее так: «Понятия “аудитория музея” больше не существует. Есть музей и каждый конкретный посетитель. И наша задача — установить эти миллионы диалогов». Ему вторит Виктор Сампа, руководитель отдела мультимедиа Музея современного искусства в Нью-Йорке: «Раньше музеи были тем, чем они обладают, сегодня они — то, чем готовы поделиться»<sup>6</sup>.

Способность музея отзываться на потребности общества и гибко перестраивать свою деятельность, открывая возможности для участия каждому потенциальному посетителю, очевидно, становится залогом его собственного выживания и общественной поддержки.

<sup>6</sup> См. подробный отчет о конференции Дениса Белькевича в журнале Art Ukraine (на русском языке): <http://www.artukraine.com.ua/articles/523.html>.

## Участие детей: от симуляции к полноправию<sup>1</sup>

Роджер Харт

(фрагменты статьи)

Перевод Н. Копелянской

### Значение детского участия

Термин «участие» в данном случае подразумевает процесс коммуникации и участия в принятии решений, которые оказывают влияние на чью-то жизнь, жизнь сообщества. Участие — основополагающее право в жизни демократического общества. Существуют разные мнения относительно того, есть ли у детей право голоса во взрослом обществе. Некоторые радикальные защитники детей говорят, что у будущих «спасителей общества» должно быть полное право на участие в общественной жизни. Однако большинство взрослых экспертов все же считает, что полноправное участие детей является наивной идеей, поскольку у детей нет взрослых полномочий в принятии решений. Третье мнение состоит в том, что дети должны быть защищены от чрезмерного участия во взрослой жизни и ответственности за решение проблем общества, поскольку у них должно быть беззаботное детство.

Однако, на взгляд автора, существенное снижение качества детского досуга в развитых странах является результатом чрезмерной защиты ребенка от внешнего мира, а не пренебрежения интересами детей. Детям необходимо принимать участие в проектах наравне со взрослыми. Конечно, тяжело себе представить, что дети вдруг станут ответственными взрослыми гражданами уже в возрасте 16-18 лет или даже в 21 год, но им необходимо давать возможность выработать все эти навыки.

### Лестница участия:

1. *Manipulation*. Манипуляция, участие детей в проектах «на подхвате» или «для вида».
2. *Decoration*. Детское участие носит декоративную функцию, на самом деле дети не нужны, только выполняют конкретные поручения.
3. *Tokenism*. Симуляция участия в общем процессе.

<sup>1</sup> Roger Hart. Children's Participation: from Tokenism to Citizenship // Innocenti Essays № 4, UNICEF, 1979, [http://www.unicef-irc.org/publications/pdf/childrens\\_participation.pdf](http://www.unicef-irc.org/publications/pdf/childrens_participation.pdf)

4. *Young people given assigned role but informed.* Молодые люди выполняют строго отведенную им часть работы, но дети понимают проблему/задачу в целом.

5. *Young people consulted and informed.* Самостоятельная работа в общем проекте. Взрослые выступают только консультантами.

6. *Adult-initiated projects or programmes, shared decision with young people.* Участие в проектах, инициированных взрослыми, участие в принятии решения.

7. *Young people-initiated and directed, supported by adults.* Участие в собственных, самостоятельно реализуемых проектах при поддержке взрослых.

8. *Young people-initiated projects or programmes shared decisions with adults.* Участие в собственных, самостоятельно реализуемых проектах. У взрослых остается только право голоса.

### Ступени 1-3.

#### Модели неучастия: от манипуляции до симуляции

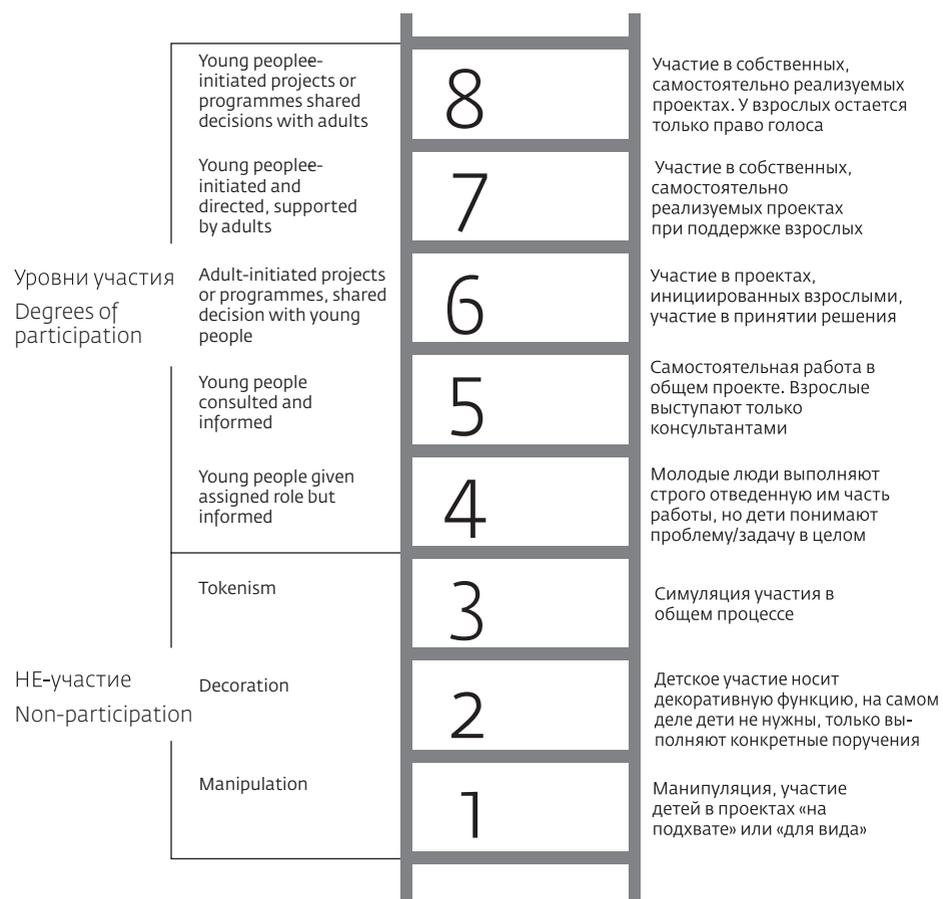
Без сомнения, дети — это та часть общества, которую больше всего фотографируют и меньше всего слушают. Современные взрослые серьезно недооценивают важность детских общественных компетенций, при этом их не смущает, когда детское участие в мероприятиях грубо используют, чтобы продемонстрировать покровительство и любовь к детям. Впрочем, мы все можем назвать изрядное количество проектов, полностью сделанных и управляемых взрослыми, в которых дети просто играют определенные роли, но при этом обе стороны — взрослые и дети получают весьма позитивный опыт. Дети танцуют, поют, участвуют в театральном представлении, и все это прекрасно до тех пор, пока все отдают себе отчет в том, что они делают именно это — участвуют в представлении. Проблемы начинаются тогда, когда детское участие становится двусмысленным результатом манипуляции.

Схема «Лестницы участия» была создана специально для того, чтобы попытаться описать философию детского участия в проектах через типологизацию. Метафора «лестницы участия» взята из статьи об участии взрослых, но некоторые категории появились именно в данной работе.

#### 1. Manipulation / Манипуляция

Это низшая ступень лестницы участия, иллюстрирующая те ситуации, когда взрослые считают, что цель оправдывает средства. Одним из ярких примеров подобного подхода была акция, во время которой дошкольники несли политические плакаты со словами о влиянии социальной политики на детей. Поскольку дети явно не понимали тему и, соответственно, не понимали своих

### The Ladder of Participation Лестница участия



действий, это было не чем иным, как манипуляцией. Подобная манипуляция вряд ли может быть хорошим способом включить детей в демократические процессы. Такие действия чаще всего возникают от неосведомленности или небрежности взрослых в отношении способностей и возможностей ребенка. Наверное, более точно было бы назвать их действия некорректными, а не манипулятивными, но в любом случае здесь важно подчеркнуть необходимость повышения уровня знаний и осведомленности со стороны взрослых.

Еще одним примером манипуляции является ситуация, когда детям дают задание без обратной связи. Например, детей попросили нарисовать игровую площадку будущего или еще что-то идеальное, потом взрослые собирают эти рисунки, объединяют идеи и представляют их в третьем месте в качестве образца детского дизайна, при этом с детьми ничего не обсуждают и у детей нет никакого представления о том, каким образом используются их идеи. Подобную ситуацию весьма просто поправить и продвинуть ее на три уровня вверх по лестнице, к моделям участия. (...)

### 2. *Decoration* / Декоративное участие

Детское участие носит декоративный характер — вторая ступень лестницы. В качестве примера здесь можно привести известную нам всем ситуацию, когда детям раздаются футболки с каким-то логотипом, в которых они поют и танцуют без всякого представления о том, что за штука нарисована и что она означает. В данном случае дети участвуют в мероприятии не потому, что они важны как участники, а потому, что красиво, когда дети присутствуют на светских взрослых событиях и показывают любопытное представление. Это второй уровень, поскольку взрослые, по крайней мере, не делают вид, что мероприятие вдохновлено детьми. Они просто используют их для усиления своих собственных позиций или имиджа.

### 3. *Tokenism* / Симуляция или номинальное участие в общем процессе

Эту ступень мы используем для описания тех случаев, когда детям в принципе дают голос, но фактически у них нет возможности выбрать тему вопросов, стиль коммуникации, а также сформулировать свое собственное мнение. Подобное номинальное участие может быть легко описано примером, когда детей используют на панельных дискуссиях, сажая за один стол со взрослыми выступающими. Очаровательные, смелые дети отбираются взрослыми без всякой подготовки по теме мероприятия и без консультаций с их ровесниками, чье мнение, как подразумевается, они представляют. Если детям и аудитории не дают никакого объяснения по поводу того, как они были отобраны и какую точку зрения представляют, то это обычно и служит индикатором того, что проект не работает по модели участия. Конечно, это не означает, что молодые люди не могут эффективно участвовать в конференциях. Напротив, если подобные мероприятия организованы в рамках модели участия, то опыт детей оказывается весьма ценным. Пример того, как это может быть организовано, см. ниже.

Правда, стоит с сожалением признать: несмотря на то, что именно скажет ребенок и будет ли он действительно представлять своих сверстников или нет, по окончании его выступления будут аплодисменты и фотографии, а на следующий день в газетах напечатают трогательные истории.

## Ступени 4-8. Модели подлинного участия

Лестница участия, представленная выше, не должна рассматриваться как простой инструмент измерения качества в любой программе с детьми.

Существует много факторов, которые влияют на степень участия детей. Например, способности ребенка к участию сильно зависят от его развития. Дошкольник будет просто подносить материалы на детской строительной площадке, тогда как подросток уже может размышлять о функционировании целого здания и даже города. Нет никакой необходимости в том, чтобы ребенок всегда работал на самых высоких ступенях лестницы. Дети могут предпочитать делать то или иное с разной степенью вовлеченности и ответственности. Еще раз подчеркну, что этот принцип подразумевает вариативность. Необходимо проектировать программы так, чтобы у любого ребенка был максимум возможностей выбрать свой уровень участия в зависимости от способностей.

Существует ряд важных требований к проектам, чтобы их можно было по-настоящему назвать «проекты с участием детей» (начинаются с четвертой ступени лестницы):

1. Дети понимают цели проекта.
2. Они знают, кто принимает решения относительно их участия и почему.
3. Они играют важную (а не «декоративную») роль.
4. Они добровольно участвуют в проекте после того, как они поняли суть проекта.
5. У них есть возможность влиять на ход проекта другим способом, кроме отказа от участия.

### 4. *Young people given assigned role but informed* / Молодые люди выполняют строго отведенную им часть работы, но уже находятся в курсе общей ситуации

В качестве примера удобно взять конференцию, поскольку это как раз та ситуация, в которой дети чаще всего «используются» на первых трех уровнях. В штаб-квартире ООН в Нью-Йорке регулярно проводится Мировой саммит для детей. Это огромное мероприятие со сложной логистикой. Молодых людей тяжело вовлекать в планирование подобного события, но организаторы хотели пойти дальше, чем просто привлечь детей и молодежь в качестве милых представителей своей возрастной группы. Роль детей была важна и символически, и функционально. Например, к каждому из 71 мировых лидеров было приписано по ребенку, и все они говорили от лица сверстников, реально осознавая, что выполняют дипломатическую работу. В этом случае с детьми была проведена определенная работа до саммита. Дети точно понимали, какая роль им отведена, но все же, откоро-

венно говоря, выдавать их выступления за реальное участие было бы еще одним примером симуляции.

#### 5. *Young people consulted and informed* / Самостоятельное участие в качестве консультантов в общем проекте

Молодые люди иногда работают как консультанты взрослых с высокой степенью вовлеченности в проект. Очень часто проект полностью управляется и придуман взрослыми, но дети понимают процесс, и к их мнению относятся серьезно. В качестве примера можно привести проект из мира бизнеса. Телевизионная компания Nickelodeon иногда тестирует новые программы, консультируясь с детьми. Сначала создают дешевую версию программы, дети ее критикуют, потом программу снова снимают и опять показывают некоторой экспертной группе детей. Это отличается от обычного использования детей, поскольку в подобных исследованиях корпорации платят детям за их работу при обсуждении продукта, но детей не информируют о результатах, и таким образом они все же выключены из общего процесса.

Приведем еще один пример. Недавно проводили исследование по изменению облика Торонто в Канаде и собирали взгляды молодых людей на город. То же сделали во время исследования под названием «Детское место» в Сиэтле (США). Все больше и больше городов привлекают детей, и организаторы ведут себя честно в этом процессе. Конечно, это скорее пример «консультаций», чем совместного исследования, поскольку реальной деятельностью занимаются только счастливые победители, которые занимают должность «Мэр на один день». Для улучшения процедуры можно было бы запланировать обсуждение результата этой деятельности вместе с молодыми участниками. А в школе, например, при проведении подобного исследования дети могут сами проанализировать данные и написать отчет параллельно с городским агентством.

#### 6. *Adult-initiated projects or programmes, shared decision with young people* / Участие в проектах, инициированных взрослыми, участие в принятии решения

Шестой уровень лестницы — это настоящее участие. Хотя проекты на этом уровне все еще инициируются взрослыми, но в процесс принятия решения уже вовлечены и молодые люди. Ряд проектов для сообщества не предполагает только одну определенную возрастную группу, в них могут принять участие многие. Цель проекта в данном случае — вовлечь всех и подчеркнуть участие как молодых, так и пожилых людей, а также людей, которые по тем или иным причинам исключены из участия в общей жизни сообщества. Приведем пример.

«Наш парк» — проект для всех возрастных групп. В Нью-Йорке ресурсный центр восточного Гарлема при поддержке молодежной программы города создавал мультифункциональный парк, который должен был отвечать ин-

тересам местного сообщества в целом, но особое внимание было уделено его главным «пользователям» — молодым людям. Были проведены специальные семинары с группами детей, подростков и родителей. Мы использовали трехмерные материалы, поскольку поняли, что это облегчает людям задачу. Участники создали разные объекты: песочницы, садики, скамейки, но когда они попытались расположить все эти проекты на шкале приоритетов, то возникли острые вопросы, которые мы и обсуждали. Это были вопросы доступа, безопасности, охраны и т. д. Все сессии записывались на видео, и материалы потом были переданы ландшафтными дизайнерам.

Особенно важно было, что те местные жители, которые не приняли участие в проектировании парка, тем не менее поняли, что это был открытый процесс и они были приглашены. Ландшафтные дизайнеры объединили идеи различных групп, представили проекты для критики сообщества, а потом уже сделали последнюю версию дизайна. Опыт показал, что пространства, созданные с участием местного сообщества, страдают от вандализма намного меньше, чем то, что создано дизайнерами за закрытыми дверями.

#### 7. *Young people-initiated and directed, supported by adults* / Участие в собственных, самостоятельно реализуемых проектах при поддержке взрослых

Когда созданы соответствующие условия, то даже очень маленькие дети могут, играя, работать сообща в больших группах. Например, в одной из школ Вермонта до пятидесяти детей одновременно строили часть плотины, расположенной за школой. Важным условием была специальная информационная подготовка учителей, которые понимали ценность подобных действий, почти не вмешивались и не направляли детей. Нелегко найти подходящие примеры проектов, инициированных детьми. Основная причина состоит в том, что взрослые обычно не очень хорошо реагируют на подобные инициативы. Даже когда взрослые просто оставляют детей рисовать на стене в их собственной комнате, им тяжело отказаться от направляющей роли.

#### 8. *Young people-initiated projects or programmes shared decisions with adults* / Участие в собственных, самостоятельно реализуемых проектах. У взрослых остается только право голоса

Один из моих любимых примеров этой ступени был преподнесен мне в одной публичной школе в США. Два десятилетних мальчика с завистью наблюдали за мной, когда я брал небольшие группы детей из другого класса в лес, чтобы наблюдать за поведением животных. По собственной инициативе они сделали шалаш под столом и оттуда начали наблюдать за поведением других детей, используя одну из форм, которую я предлагал при изучении животных. Их преподаватель заметил это и поддержал детей, предложив им варианты для улучшения их наблюдательного пункта и способов наблюдения. Подобная деятельность стала очень ценным средством для всего класса, дети что-то начали понимать про себя, наблюдая за своим собственным поведением, и это было

очень полезно в конце дня при разрешении конфликтов и предложении новых форм учебного процесса. Этот пример, конечно, обнаруживает наличие у преподавателей впечатляющей способности к пониманию и профессионализма.

К сожалению, подобные проекты, которые автор относит к самой высокой ступени лестницы участия, крайне редки. Но причина тому не отсутствие у детей желания быть полезными, а скорее отсутствие у взрослых заботы о молодых людях и интереса к ним. Нам нужны люди, которые способны отвечать на проявления детского энтузиазма и понимать душевные движения подростков.

## Образование в современном музее: типы программ и направления развития Татьяна Гафар

За последние два десятилетия в нашей стране произошли значительные преобразования, затронувшие все стороны жизни общества. Социокультурная среда, в которой существуют музеи, претерпела изменения, во многих сферах просто кардинальные. Процессы, которые в настоящее время не завершены, по мнению ведущих культурологов, могут вызвать трансформации в устоявшихся культурных моделях. Так, культуролог, историк культуры, политолог, доктор философских наук, профессор РГГУ Игорь Яковлевич Яковенко в одной из своих последних статей обращает внимание на то, что «при резком изменении параметров вмещающего пространства (и социального, и культурного, и природного) культура более или менее болезненно, но трансформируется, а это означает, что ментальные основания изменяются»<sup>1</sup>.

В свою очередь это приводит к изменениям в устоявшихся социальных институтах, обеспечивающих возможность аккумуляции и трансляции ценностей и мотивов, создающих пространство для самореализации личности. Социокультурное и образовательное пространство сегодня диверсифицируются, идет активное изменение организационно-правовой формы учреждений культуры и образования, расширяется спектр гуманитарных практик, появляются новые институции, в том числе и на основе частно-государственного партнерства. В пространство «высокой культуры», то есть в пространство, где формируются смыслы и ценности, приходят новые агенты — это и институты гражданского общества (НКО, НП, общественные организации, благотворительные фонды), разрабатывающие различные образовательные программы, и малые и средние предприниматели, создающие школы выходного дня, раннего развития, площадки для семенного отдыха и т. п.

Трансформации в социальной и духовно-практической жизни детерминировали проблему общественной значимости большинства традиционных социальных институтов. Музей здесь не является исключением. Функцию музеев как мест для общения все чаще выполняют социальные сети, система проведения досуга стала совершенно иной. То, зачем прежде люди обращались к музеям (а это в первую очередь визуальная информация), теперь

<sup>1</sup> Яковенко И.Г. Что делать?  
<http://www.novayagazeta.ru/arts/51633.html>.

можно найти в интернете, а ценность подлинника понимают практически только специалисты, да и само понятие подлинности сегодня сильно дискредитировано. И если с представителями старшего и среднего поколения музеи еще могут говорить на сложившемся в прошлом веке языке, то молодежь, сформированная в новых социокультурных реалиях, выступает с запросом альтернативных моделей взаимодействия, отвечающих их способам получения информации и образу жизни. Музей эпохи просвещения — это прежде всего банк знаний, информации. Музей в постиндустриальном обществе — банк идей. По мнению экспертов и музейных специалистов из разных стран, новая роль музеев заключается в том, что они должны превратиться в системы хранения, обработки и передачи интерактивных сообщений в определенном социальном контексте, направленных на определенный социальный контекст. Социальную значимость современного музея и его коммуникацию с социокультурной средой в первую очередь связывают с осуществлением им деятельности в рамках функций образования и воспитания, а также функции организации свободного времени.

В России продолжается процесс реформирования образования как общего, так и высшего. В последние годы осуществился процесс перехода на стандарты нового поколения. Одна из целей Федерального компонента общего образования обозначена как формирование у обучающихся гражданской ответственности и правового самосознания, духовности и культуры, самостоятельности и инициативности, способности к успешной социализации в обществе. В структуре требований современного образования отражена приоритетность в деятельностном и практико-ориентированном подходе. Соответственно принципиально меняются и цели образования. В отечественном образовании происходит смещение акцентов со знаниевого на компетентностный подход. Общим становится представление об образовании как о росте и развитии личности в целом, а сбор и упорядочивание фактов воспринимаются лишь как часть этого единого процесса. Успешное достижение декларируемых целей во многом будет зависеть от поиска альтернативных моделей образования, форм и методик. Все более востребованными становятся формы дистанционного и неформального образования (публичные лекции, дискуссионные площадки, интерактивные игровые зоны).

В России постепенно получает распространение идея образования в виде «обучения в течение жизни», концепция которого была сформулирована комиссией Европейского совета в 2001 году. Данный тип образования, по мнению авторов концепции, позволит гражданам преодолевать трудности экономического и социального характера, наращивать свой опыт и навыки при изменении внешней ситуации. И это касается не только ситуации переквалификации или обучения новой специальности, но и развития личностных способностей человека. Таким образом, обучение в течение

жизни представляет собой обучение от дошкольного до пенсионного возраста и включает все формы обучения, формальные и неформальные. Все вышеперечисленное порождает запрос современного общества к институтам, работающим в пространстве формирования и трансляции знаний и умений. Музей, безусловно, является одним из активных участников данного процесса.

Реформирование образования и в нашей стране, и за рубежом, как показывает история, сопровождалось обращением к музею, и этот процесс находится в «логике возможностей и необходимостей», проиллюстрировать которую можно примером сведения к «бинарным оппозициям» некоторых «необходимостей» традиционных учреждений образования (школа, институт) и образовательных возможностей музея.

Образовательное учреждение	Музей
Институциональное различие	
Существует для дачи базового обязательного образования в рамках утвержденных программ	Свобода выбора, ограниченного только возможностями инфраструктуры и творческим потенциалом сотрудников
Методологическое различие	
Информационная подача материала	Чувственно-эмоциональный и деятельный подход
Средовое различие	
Стационарно-универсальная среда	Предметно-пространственная, конструируемая среда
Инструментальное различие	
Вербальный принцип	Наглядно-эвристический принцип
Формально-регламентное различие	
Урок	Гибкий выбор форм, регулируемый задачами и запросами аудитории

Потенциал музейного образования и его роль в формировании социокультурной среды базируются на возможности самоопределения ребенка в выборе деятельности. Соответственно, данный признак предопределяет

и многообразие способов взаимодействия музея и посетителя. Основные модели взаимодействия таковы:

- Музей ↔ Образовательное учреждение  
(организованная группа)
- Музей ↔ Индивидуальный посетитель  
(семья, группа детей или подростков)

Так, одним из типов взаимодействия, обеспечивающих успешную реализацию взаимодействия в рамках музейного образования, могут стать партнерские отношения с обязательными образовательными учреждениями (школами, учреждениями дополнительного и специального образования, высшей школой). В 1990-е годы наметились две линии партнерства: создание специальных программ, рассчитанных на сотрудничество музейного педагога и учителя, и интеграция школьной и музейной педагогики в рамках единого учебного заведения. Дальнейшее нахождение устойчивых межинституциональных связей также может стать полем для создания новых практик, обеспечивающих успех развития образовательной функции музея.

В этом направлении накоплен значительный международный опыт. Ричард Уофф, заведующий отделом по работе со школьной и молодежной аудиторией Британского музея (Великобритания, Лондон), выделяет пять направлений работы музея с образовательными учреждениями:

- 1) музей предоставляет школе так называемое «непосредственное обучение», когда штатные сотрудники музея работают с детьми во время посещения музея;
- 2) дети приходят в музей со своим учителем, который сам ведет экскурсию, а музейный педагог предоставляет необходимые ресурсы и какие-то вспомогательные руководства;
- 3) не связано с посещением музея, но сотрудники предоставляют ресурсы для школьного учителя, которыми он может воспользоваться на уроке;
- 4) подготовка, обучение учителей;
- 5) специальные проекты, которые музей ведет с определенной аудиторией в течение какого-то периода времени<sup>2</sup>.

В отечественных музеях в основном практикуется первое направление, причем встречаются и очень успешные системные программы. В 1993—2000 годах сотрудниками Центра музейной педагогики Государственного Русского музея была разработана многоуровневая музейно-педагогическая программа «Здравствуй, музей!» (автор концепции Б. А. Столяров). Программа основана на партнерстве музейного сотрудника и школьного педагога. Авторы программы рассматривают музей не только как одно из средств постижения мира, но и как средство адаптации ребенка к этому миру, то есть в задачи программы уже была включена выработка инструментов для реализации адаптационной функции музея, не характерная для отечественных музеев до 1990-х годов. На основе петербургской модели и при участии специалистов Государственного Русского музея аналогичные программы стали создаваться на базе региональных музеев Перми, Тулы, Рязани, Краснодара, Ростова-на-Дону, Ставрополя, Новосибирска, Южно-Сахалинска.

Традиционно основной целевой аудиторией музейных образовательных программ в нашей стране являются дети школьного возраста. В особую группу стоит выделить детей подросткового возраста. Именно эту группу последнее время все чаще называют детьми века информационных технологий. Легко оперирующие различными устройствами и обожающие всяческие гаджеты, они менее всего сейчас ассоциируются с постоянными посетителями классических музеев. Некоторые данные социологических опросов, проведенных в крупных отечественных музеях, дают не очень радужную картину.

Так, данные исследования Музея-панорамы «Бородинская битва» свидетельствуют, что образ музея в сознании детей весьма далек от образа «родного дома». В Русском музее на одного постоянно посещающего музей школьника приходится семь впервые пришедших. Как свидетельствуют опросы Государственного исторического музея, после экскурсии подростки не могут вспомнить не только ни одного предмета из экспозиций и выставок, но и названия музеев-филиалов ГИМа<sup>3</sup>. В 2008—2009 годах в Волгоградском музее изобразительных искусств было проведено социологическое исследование методами качественной социологии «Музей в твоей жизни». В серии глубинных интервью и фокус-групп школьники 10–17 лет высказывали свое представление о музее. Атмосферу музея они чаще характеризовали как «мистическую», «таинственную», «остановившееся время», «вечное». Когда вопросы касались информационно-когнитивной области, то школьники — участники исследования выражали желание узнать, что чувствовал художник, когда создавал произведение, что с ним происходило, каковы обстоятельства создания произведения. В информационном плане на первое место

<sup>2</sup> Уофф Р. Вдохновение и образование для всех: опыт создания школьных [http://museum.fondpotanin.ru/archiv/2007\\_booklet.pdf](http://museum.fondpotanin.ru/archiv/2007_booklet.pdf).

<sup>3</sup> Юхневич М. Музей для детей? Дети для музея? <http://www.rusrev.org/content/review/default.asp?shmode=8&ida=2101&ids=157>.

выходит личностный аспект восприятия произведения. Меньше всего они хотели узнать об историческом периоде создания произведения, его стилистических особенностях. Представители всех поколений хотели своего рода «приостановки» или возврата чего-то ускользающего, исчезающего либо уже утраченного в культуре, видя в музее такую компенсационную возможность.

Так, всем поколениям (осознанно или бессознательно) в тоске по прошлому хочется увидеть и переосмыслить искусство самых ранних эпох человеческой истории, показать нерасторжимую связь искусства с вещной аурой исторических эпох через костюмы, интерьерный и атрибутивный антураж, хочется сохранить или реконструировать уходящее традиционное этническое искусство в глобализованном надэтническом современном мире. Школьники от 10 до 17 лет предлагали улучшить существующую экспозицию с помощью ее зонирования, отведения отдельным работам достаточно большого индивидуального пространства, наполненного атрибутами из контекста либо исторической эпохи, либо биографии художника, используемого для обыгрывания сюжетов произведений живописи и скульптуры.

Неожиданными и очень разнообразными были предложения по организации и формам рекламы музея, включая «девичьи» журналы, телевизионные программы и другие печатные пространства. Пожалуй, самым главным отличием этого поколения от других была их нескрываемая чувствительность, иногда даже сентиментальность. Ребята постоянно говорили о том, что им важны чувства и переживания художника, с произведением которого они вступают в диалог, для них существенны их собственное эмоциональное состояние, переживания, настроение. Для поколения школьников значимым мотивом посещения музея может стать желание испытать толчок, импульс к собственному творчеству, попробовать себя в искусстве, особенно когда в музее произошла встреча с произведениями искусства, созданными их сверстниками<sup>4</sup>. Это поколение продемонстрировало склонность к игровому оформлению музейного пространства, к театрализации, обыгрыванию смыслового содержания произведений искусства через «окутывание» их в культурный контекст эпохи. Данные исследований аудитории и осмысление существующих образовательных программ позволяют выделить направления для дальнейшей работы по выстраиванию взаимодействия между подростковой аудиторией и музеем.

Типология музейных образовательных программ может быть построена на анализе содержания образовательного продукта, приращения образовательного потенциала музея и субъектов образовательного процесса, их включенности в образовательный процесс, на возрастном критерии.

При оценке содержания образовательных музейных продуктов можно ис-

пользовать следующий набор критериев: нетривиальность, нешаблонность при выборе содержательной базы образовательного продукта; формы включенности в образовательный процесс, новые технологии работы с аудиторией; новые подходы к содержанию, выявлению смысловых связей объектов, включенных в образовательную программу; новый подход к дизайну, презентации и аранжировке музейных объектов; задействование в образовательных программах коллекций музеев, популяризация фондов.

В Британском музее были разработаны индикаторы успешности образовательного потенциала и эффективности по следующим категориям: знание и понимание; навыки, установки и ценности; удовольствие, вдохновение и творчество; деятельность; поведение и прогрессирование. Данные критерии можно применить и при оценке детских образовательных программ отечественных музеев. В процессе разработки и реализации образовательных проектов в музеях происходит приращение образовательного потенциала музея, которое может осуществляться по нескольким направлениям. Мы предлагаем по данному критерию разделять на инновационные, смысловые и технологические.

В результате разработки и реализации инновационных типов образовательных практик музеи различной специализации могут расширять свои функции, тем самым укрепляя свои общественные позиции и способствуя решению проблем современного социума. За последние годы в музеях страны было реализовано немало таких образовательных программ для детей и подростков, среди них проекты: «Человек изобретающий» (Естественнонаучного музея Южного федерального университета и Ростовского областного музея изобразительных искусств, Ростов-на-Дону), направленный на формирование изобретательской компетенции и креативного мышления через интерактивные лекции об истории изобретений и выявление алгоритмов отдельных инноваций; программа «Земская история» (Музей-усадьба Л. Н. Толстого «Ясная Поляна», Тульская обл.) способствовала формированию управленческих компетенций через создания Школы местного самоуправления для муниципальных служащих Тульской области и соседних регионов; проект «Я меняю город» (Кемеровский областной музей изобразительных искусств, Кемерово), способствующий решению проблем городской среды через знакомство детей с практиками паблик-арта; проект «Открытый музей в закрытом городе» (Музей города Северска, Томская область), выполнивший функцию адаптации жителей закрытого города к реалиям нового времени; проект «Гражданская эстафета» (Национальный музей Удмуртской Республики им. Кузубая Герда, Ижевск), в рамках которого была разработана программа на основе изучения опыта Ижевско-Боткинского восстания в период гражданской войны и судьбы его участников (данный проект позволил актуализировать крайне сложную для территории тему и наметить пути примирения потомков, проживающих на данной территории).

<sup>4</sup> Шипулина Н.Б. Музей глазами культуролога // Музей в твоей жизни. В., 2009. С. 43-49

Смысловые образовательные программы позволяют выявлять и предъявлять посредством экспозиций, лекций, занятий новые не проявленные ранее связи между музейными предметами, памятниками материальной культуры. Новое содержание образовательных программ дает возможность создавать интегрированное междисциплинарное образовательное пространство, разрушать «стены» между науками, что, к сожалению, не происходит в рамках школьной программы. Данный подход необыкновенно актуален для сегодняшнего дня, требующего нового типа мышления, основанного на умении понимать мир в целостности всех его сфер и описывающих его научных дисциплин. Среди удачных примеров таких проектов можно упомянуть созданную в 2004—2005 годах в Государственной Третьяковской галерее Систему клубов современного искусства. Основной целью проекта, по мнению его инициатора и организатора искусствоведа, заведующего отделом новейших течений ГТГ А. Ерофеева, было развернуть деятельность музея к обществу, формированию постоянного, ближнего зрителя, а не только разового посетителя. Формой работы стала клубная деятельность: организаторы посчитали, что именно она необходима современному человеку, чтобы стать потребителем культуры, особенно актуального искусства, которое долгое время не было известно широкой публике и нуждалось в объяснениях. Особенности восприятия русского неофициального искусства обусловлена и фактом его долгого существования (по понятным причинам) не в выставочных залах, а в квартирах и мастерских, куда приходили не только смотреть, но и разговаривать. И разговоры стали не менее значимой частью этого искусства. Инновационность проекта «Клуб современного искусства при Третьяковке» и состоит в «музеефикации» пресловутой андеграундной «кухни», только теперь она вышла из подполья и открыта для всех желающих.

Новый удачный опыт был продемонстрирован проектом «Уроки Леонардо» (реализованном в Волгоградском музее изобразительных искусств). В основе образовательной программы лежит влияние физических и химических законов на процесс создания художественного произведения. Авторы (Т. Гафар и А. Щербин) проекта не ставили задачу конкурировать со школой и подменять ее, а стремились предложить что-то новое, такой междисциплинарный информационный продукт, в котором возникает парадоксальное сочетание максимально понятного визуального ряда со знакомыми учебными предметами на фоне исторического периода и отдельно взятого жизненного опыта ученика, позволяющего участникам урока почувствовать свою причастность к истории и прикоснуться к истокам знания. В работе над проектом была затронута важная проблема оптимизации образовательной деятельности (так как проблемная точка современного образования — его непрактичность) и предложены универсальные формы, которые могут быть интересны разным возрастным группам.

Образовательная программа «Советская эпоха вдоль и поперек» (Музей

политической истории России, Санкт-Петербург) охватывает широкий спектр гуманитарного знания о советской эпохе и предлагает высшей школе новый формат интерактивного специализированного знакомства студентов в музейном пространстве с этим важным историческим периодом. Пакет образовательных программ-тренингов «Советская эпоха: вдоль и поперек» адресован будущим историкам, философам, филологам, журналистам, культурологам, политологам, менеджерам. В пакет собрано восемь тематических программ, каждая из которых исследует определенный аспект организации советского общества, специфику жизни его членов.

В развитии музейного образования немаловажную роль играют приемы и методы трансляции содержания. Проекты, в рамках которых появляются новые формы подачи информации, применимые и в других музеях, мы назвали технологическими. Среди них стоит отметить программы «Строим Покровский собор вместе» (Государственный исторический музей, филиал Покровский собор, Москва), где дети после специальной экскурсии строят из картона масштабную (1:50) модель Покровского собора. поэтапное ее создание дает ключ к представлению объемно-пространственной структуры памятника и его конструктивных особенностей. Данный прием можно использовать при разработке учебных программ в архитектурно-исторических музеях и заповедниках. Прекрасный прием положен в основу программы «Виштынецкие сокровища гномов» (Виштынецкий эколого-исторический музей, пос. Краснолесье, Калининградская обл.): участники попадают в подземную мастерскую гномов, где они своими руками смогут обработать камень и многое узнать о его жизни, превратив его в настоящее сокровище, а затем забрать его с собой и стать его хранителем. В результате самые обычные камни под ногами людей оказываются настоящими сокровищами. На глазах участников они постепенно обретают свою историю и имя, раскрывают свою красоту, становятся музейными экспонатами. Приемы мультимедийной подачи информации о музейных коллекциях с погружением в более широкое контекстное и смысловое поле используются в проектах «Мультиполотенце, или Käsraikka» (Музей изобразительных искусств Республики Карелия, Петрозаводск), «Живое письмо» (Государственный литературно-мемориальный музей-заповедник А. П. Чехова, с. Мелихово, Московская обл.).

Возможности осуществления музеем образовательной деятельности во многом определяются его типом, условиями, необходимыми для обеспечения сохранности экспонатов, исторической традицией и сложившимися представлениями об осуществлении функций музеями различного профиля. При всей общности нормативных документов, регламентирующих деятельность всех музеев, дифференцирование музеев по типам в зависимости от собранных объектов и назначения вносит свои коррективы в функциональные возможности музеев. И если исторические, краеведческие, этнографические музеи, музеи-заповедники по содержательным, количественным параметрам

(к началу XXI века в России они составляли 60% профильного состава) и уже выстроенным историческим коммуникационным каналам более тесно связаны с обществом, то художественные музеи и развитие их образовательной деятельности в рамках социальных приоритетов требуют особого внимания.

В образовательной деятельности художественных музеев исторически сложились два устойчивых направления — это обучение профессиональным навыкам, азам изобразительной грамоты и художественное воспитание, формирование вкуса. Можно выделить основные направления, в рамках которых осуществляются различные формы образовательной деятельности художественных музеев:

- «воспитание вкуса» через развитие визуального мышления, знакомство с историей жанров и стилей, выразительными средствами изобразительного искусства;
- художественное образование через обучение профессиональным навыкам, азам изобразительной грамоты;
- эмоционально-чувственное развитие через межвидовую интеграцию;
- психологическая и физическая реабилитация через методы арт-терапии;
- конструирование исторического целого через концептуальную интерпретацию произведений искусства;
- технологическое познание художественного произведения посредством междисциплинарного подхода и изучения технология создания произведения.

Во всех выделенных направлениях уже существуют традиционные формы, но и создаются инновационные практики.

Подводя итог выборочному обзору образовательных музейных программ, можно сказать, что развитие образовательной деятельности музея неотделимо от процесса его участия в решении проблем современного общества и региональных территорий. Также оно связано с изменениями форм проведения человеком свободного времени, вытеснением из его предпочтений общественных институций в пользу «домашнего» досуга; с развитием информационных форм коммуникаций, социальных сетей и моделей дистанционного общения; повышением зрительских предпочтений в направлении эстетико-гедонистической функции искусства; с определением роли музея в ситуации усиления связи между учреждениями формального и неформального образования. Насколько значительной будет роль музея в решении данных проблем, насколько каждый конкретный музей сможет наладить диалог со своей аудиторией, сможет понять ее и найти эмоциональные связи с ней, настолько большое место будет занимать конкретный музей в жизни своих реальных и потенциальных посетителей.

## Пришел, увидел, осознал<sup>1</sup>

### Вероника Голицына

Сегодня дети в музеях, галереях, центрах современного и не очень искусства никого не удивляют. Имя им легион, возраст их — от нуля и далее со всеми остановками, и приходят они зачастую не чинно в группах, с мудрым экскурсоводом, а «дикарями», с родителями разного уровня компетентности. Вопрос в том, насколько самостоятельным, полноценным посетителем оказывается ребенок в музее. На мой взгляд, ох как не до конца — и не по своей вине.

Можно до пупочной грыжи спорить, способен ли ребенок понимать искусство, с какого возраста и в каком объеме. Для начала ему, как и любому другому, взрослому посетителю, нужно к этому самому искусству попасть, подобраться, увидеть нечто своими собственными глазами и получить первоначальный минимум удобоваримой информации. С «попасть» все еще туда-сюда: до того момента, когда ребенок выпорхнул из коляски, мы, родители, конечно, отчетливо помнили количество ступенек на лестнице ГМИИ имени А. С. Пушкина, но потом все пошло как по маслу. С «увидеть» и «узнать» все до сих пор сложнее.

### С какого роста начинается Посетитель?

«Смотри, эти линии образуют угол, который как будто выпирает из плоскости, кажется объемным, а когда мы двигаемся из стороны в сторону...» — показываю я пятилетнему сыну голограмму Джеймса Таррелла. На лице Льва появляется странное, вовсе ему не свойственное выражение, напоминающее легкий дебилизм. Мы перемещаемся по залу дальше. Ситуация повторяется. Я уже подозреваю неладное, когда прогуливающаяся рядом мама с дочкой произносит: «А вы его поднимите, ему же ничего не видно!» Присев на корточки, я наблюдаю довольно унылую череду черных прямоугольников в черных же рамках и однообразные отблески гладких стекол. И это в «Гараже», едва ли не самом children-friendly выставочном пространстве.

«Классическая» музейная развеска предполагает, что рост обычного посетителя — около 170 см, а центр произведения должен находиться примерно на уровне зрительских глаз (примерно 1,5 метра от пола). Согласно таблицам роста ребенка от Минздрава, искомые метр семьдесят светят ему (если мы говорим о человеческом экземпляре средних размеров) в промежутке между пятнадцатью и семнадцатью годами — в 12–13 лет с серединой полотна может успешно совпасть макушка.

<sup>1</sup> Впервые текст был опубликован на сайте [www.artguide.ru](http://www.artguide.ru)

В принципе, если речь идет о картине Александра Иванова «Явление Христа народу» размером 540 × 750 см, то и совсем малолетнее дитя может что-то рассмотреть. Хотя когда в ноябре 2010 года в «приписанный» к Эрмитажу петербургский детский сад № 110 явился лично музейный глава Михаил Пиотровский, дети подарили ему книгу пожеланий, среди которых было и такое: повесьте-ка уже все пониже, пожалуйста. Но в крупных государственных музеях у ребенка, в общем, есть шанс. А вот в современное искусство, где все время нужно заглядывать в какие-то щелочки и дырочки, самостоятельный путь ему однозначно заказан.

В этом я убедилась, сходя на текущую Московскую международную биеннале в ARTPLAY. В моем сыне более 20 кг живого веса и 120 см роста, что несколько осложняет тягание дитятки вверх-вниз. Смотрим. Гигантский зеленый противогаз от Electroboutique: предполагается, что человек любит свою проекцию в полный рост, но в проекции едва-едва виднеется поросший волосами островок головы. Конструкция из круга в квадрате и квадрата в круге Кена Лума: зеркала в ней недоступны. «Сиамский монтаж» Йонг-сеок О, две штуки: в обоих случаях окуляры, через которые нужно смотреть видео, вне зоны досягаемости. Работа Марины Алексеевой: сильно над головой. Железные шкафчики из раздевалок (такие можно встретить в российских бассейнах и американских фильмах про школьников), начиненные видео, работа Кристофа Шлингензифа: ребенку сложно зафиксировать даже сам факт наличия дырочек для подглядывания.

Конечно, идеальной для детей была бы развеска и «расставка» изображений и объектов близко к полу, но, в общем-то, не обязательно спускать искусство с небес на землю, можно «подрастить» ребенка. Мы со Львом до сих пор с восторгом вспоминаем, как попали на выставку велосипедных звонков в очень маленькую, скромную и пока неоднозначную московскую галерею «Чистка одежды». Всячески «отдизайнированные», а изначально одинаковые металлические звонки лежали на длинных полках по периметру комнаты, чуть выше висели парные к ним холстики. Естественно, полки — сильно над головой Льва. Но проблема была легко решена: нам выдали компактную, в три ступеньки, стремянку, наполовину пластиковую, что тоже облегчало жизнь.

В большинстве выставочных пространств можно, как кажется, поступить еще проще: примостить около не в меру вознесшегося произведения параллелепипед из пластика/гипсокартона, вроде того, на который как раз-таки ставят объекты. Постамент для вещи и постамент для ребенка. Иногда и для взрослых приходится соорудить к объектам подобия лесенок — вот им бы просто добавлять по ступеньке.

Можно решить, что родители, мечтая о комфортном рассматривании артефактов для своих детей, просто «с жиру бесятся», но очевидно, что проблема удобного, «правильного» экспонирования действительно существует, причем не только для детей. На свете достаточно людей маленького и очень маленького роста и инвалидов. Уж их-то точно никто на ручки не возьмет. Так что можно

сколько угодно строить пандусы и лифты, все равно вряд ли колясочники в скором времени заполнят музейные залы: находиться у искусства под ногами не так уж интересно. И вот эту проблему примитивной гипсокартонной конструкцией не решишь.

## Принять во втором (про)чтении

Если ребенку все-таки посчастливилось нечто увидеть, неплохо бы ему получить об этом какую-никакую информацию. Далеко не каждый родитель в состоянии с ходу снабдить отпрыска оной. Даже если взрослому удалось, не реагируя на агрессивные потягивания за рукав, дочитать объяснительную простыню до конца, велика вероятность, что представить детенышу осмысленную выжимку он не сумеет. Тут многое зависит от характеров как взрослого, так и «простыни». Да и от внятности выставки в целом.

В этом отношении гениально была решена «постоянная» экспозиция в Московском музее современного искусства «Если бы я только знал!..»: практически около каждой работы висели два комментария — для взрослого (попространнее, шрифтом помельче, на большей высоте) и для ребенка (проще-увлекательнее-короче, увесистыми буквами, пониже). Пяти-шестилетний ребенок с удовольствием одолеет пару строчек, написанных специально для него, и тем самым даст старшему товарищу время проглотить предназначенный ему кусок текста. Кроме того, «детский» текст — идеальная отправная точка для беседы, если родитель не знает, с чего начать, и готовая «сказка для чтения взрослыми детям» в случае с совсем малогабаритным карапузом.

«Гараж» же, помнится, страшно порадовал, когда начал (единственный в Москве!) выпускать к каждой выставке отдельный детский каталог. Жаль, что постепенно каталоги редуцировались до квестов, которые к тому же далеко не всегда можно свободно получить. У нас есть парочка таковых за последний год. Иногда Лева их смотрит, но с куда большей радостью он все-таки изучает каталоги 2009 года, неумолимо возвращаясь к ним раз за разом. Они принадлежат к числу его любимых книжек. Есть надежда, что Кунса он запомнит так же хорошо, как Колобка.

## В поисках утраченной цензуры

Я до сих пор отчетливо помню, как в мои 12 лет мама решила сделать мне подарок — поделиться своим любимым фильмом, показать «Бал» Этторе Сколы. На входе в зал мы обе рыдали в три ручья, мама уверяла контролершу, что видела фильм четыре раза и знает, на что ведет своего ребенка. Но пожилая дама была непреклонна: «Дети до 16 лет не допускаются». Такая цензура нам, пожалуй, не нужна. Если родитель знает, что делает, то и пусть его (кстати, в «Бале» действительно нет ничего «такого»). Сложнее, когда родитель и сам не до конца в курсе, на что идет (а с выставками современного искусства это почти неизбежно). Я уверена, что при должном самообладании ребенку

можно объяснить практически все что угодно, но удобнее хотя бы заранее знать, где прячутся «мины». Из-за возможной встречи с обсценной лексикой, потоками крови или невиданными формами секса некоторые родители, увы, вообще не водят детей на выставки contemporary art. Другие устраивают себе предварительное посещение без ребенка. Третьи прислоняют наследника/наследницу к стеночке и, высунув язык, совершают спринтерский забег по культтерритории. Господа кураторы, пожалуйста, насколько это возможно, снабжайте нас, родителей, картой местности.

### **Детей держите за руку или на руках!**

Наконец, последняя преграда, встающая на пути ребенка к выставленному вроде бы на всеобщее обозрение искусству, — это смотрительницы. Галерейные работники, молодые и прочно встроенные в рыночную экономику, как правило, толерантны. Их задача — показывать искусство, присматривая за порядком. Смотрительницы же в государственных музеях «с историей» зачастую видят свою роль в том, чтобы дорогие (в прямом и переносном смысле) произведения охранять, оберегать от публики, тем более такой «сложной», как дети. От музейных работниц доводилось даже слышать, что картины стареют от нескромных взглядов посетителей, устают от затяжных визитов и, как женщины, «покрываются морщинками». Кажется, несовершеннолетняя публика действует на красу этих «дам» особенно губительно.

### **Кое-что от IKEA**

В принципе все вышеизложенные «претензии» можно было бы посчитать нытьем странноватой мамы, которая размечталась, что музей или галерея с какого-то панталыку вдруг превратятся в детский сад. Но тут ведь вот какая ситуация: нынешний музей постоянно заигрывает с ребенком, предлагая ему курсы, специальные раскраски, мастер-классы, экскурсии и сувениры. Ребенок уверяет, что он полноценная часть арт-процесса. Практически при каждой более или менее крупной выставочной площадке есть своя «арт-школа», но вот вопрос: нужно ли столько плясок вокруг да около, если ребенку физически сложно просто спокойно посмотреть выставку? Есть риск, что комнатки с дополнительными занятиями превратятся в «камеры хранения» вроде детских комнат IKEA, и родители будут просто сдавать туда детей, чтобы самим спокойно побродить по залам.

Создается впечатление, что связанные с выставочной деятельностью взрослые не совсем верят, что детей на самом деле стоит проводить внутрь. Положение малолетних зрителей сродни положению оглашенных — вроде как уже не на улице, но к самому интересному-то и не пустили. Так давайте уже по-честному решим: берем мы детей в игру или не берем.

## **Часть 2. Управление творчеством: тексты, издания, путеводители**

# Тексты в музее. Для кого они?

Анна Щербакова

«О наши глаза трется слишком много текстов, чтобы мы, средние читатели средневропейского центра, могли и хотели вбирать все эти груды букв в себя. Старое книжное "почитание", убыстряясь в "чтение", нередко, волею скоростей, в которые включены наши жизни, превращается в "почитывание", быстрое скольжение по диагоналям страниц, по касательным к стилю и смыслу». Эти слова написаны Сигизмундом Кржижановским, писателем и драматургом, теоретиком литературы, о его времени — 20-х годах, но они как нельзя лучше характеризуют и современность.

Сегодня человек потребляет все больше информации, его окружает больше слов, названий и текстов. В связи с появлением новых средств и подачи и получения информации, с появлением новых информационных ресурсов и источников современный человек по-новому получает, воспринимает и использует информацию, к которой имеет доступ почти 24 часа в сутки 7 дней в неделю. В среднем городской российский житель, особенно подросток, проводит у компьютера до 7-8 часов в день, читая почту, новости и блоги, сидя в социальных сетях, просматривая ролики и фотографии. С текстами, информацией, словами и названиями современный человек встречается не только в интернет-сети, но и на улице, в транспорте, учреждениях и т. п.

Музейные тексты так или иначе попадают в этот общий поток информации. И этот факт нельзя не учитывать в повседневной музейной работе. В данной статье попытаемся с позиции посетителя рассмотреть особенности музейных текстов и то, как текст может повлиять на посещение или не посещение музея.

Условно весь корпус музейных текстов можно разделить на три основных группы:

- тексты, которые приводят нас в музей (афиша, сайт, приглашение, рекламный буклет);
- тексты в музее (информационные буклеты, этикетки и экспликации);
- тексты, которые нас возвращают в музей (путеводители, входной билет и карта экспозиции, альбомы и каталоги).

Музейный текст — это коммуникация не только с реальным посетителем, но и с потенциальным, тем, кто заглянул на сайт, увидел афишу, прочитал о музейном событии в газете или интернете, пролистал небольшой буклет музея. И от качества текста зависит, придет ли этот человек в музей или, в недоумении пожав плечами, пройдет мимо афиши, уйдет с музейного сайта, закроет и выбросит музейный буклет и не зайдет в музей. Или, пройдя по экспозиции, попытавшись прочитать этикетки, полистав путеводитель и не

купив его, уйдет из музея разочарованный или даже раздраженный с намерением никогда больше не возвращаться.

Почему же иногда происходит провал в коммуникации между музеем и посетителем? Можно назвать несколько причин.

- 1) Порой сотрудники уже не могут или не хотят взглянуть на свой музей, на экспозицию, на свои тексты отстраненно, глазами посетителя. В этом случае можно посоветовать все же попытаться самостоятельно посмотреть на музейные тексты со стороны либо для этого можно пригласить фокус-группу, состоящую из представителей разных групп посетителей.
- 2) Порой же музейные сотрудники не знают, как лучше выстроить свое общение с аудиторией через тексты, и, обладая несомненно интересными и полезными знаниями, не могут перевести их на доступный для посетителей язык. Выходом может стать изучение опыта работы и написания текстов коллегами из других музеев, в том числе зарубежных.
- 3) Порой же неудачные музейные тексты — это результат «музейного снобизма». Позиция музея такова: посетители пришли в музей, хранилище культуры, поэтому пусть читают то, что им предлагают специалисты. И вот от этого «заболевания» вылечиться труднее.

## 1. Тексты, которые приводят в музей

Сегодня все чаще и чаще музейное предложение (выставка, программа, акция или какое-либо другое событие) вписывается в общегородскую афишу, попадая в единое поле с образовательными и досуговыми предложениями разных организаций (развлекательных центров, кинотеатров, клубов, детских образовательных центров и т. д.). И этот широкий контекст нужно учитывать при выборе названия, написании текста, при разработке дизайна музейной афиши.

### 1.1. Заглавие, название...

Музеи часто используют в названии выставок, музейных занятий, проектов и других событий шаблонные словосочетания, набившие оскомину прецедентные тексты:

- Защита Отчества — долг каждого;
  - Родники нашей памяти;
  - В гостях у фарфоровой сказки;
  - Путешествие к истокам;
  - Семейный архив;
  - Прогулки по старому городу
- и так далее.

Большинство подобных слов и словосочетаний так часто использовались, что превратились в шаблоны, смысл их теперь затерт и не воспринимается нашим сознанием, минует его. Кроме того, существует вероятность, что похожее название уже использовалось соседним музеем, школой, образовательным центром.

Особо следует упомянуть названия различных проектов для детей. Часто на музейной афише можно встретить такие названия, как:

- Дети, в школу собирайтесь;
- Скоро в школу;
- Здравствуй, школа;
- Урок в старорусской школе;
- Как учились в старину.

Такой выбор названия легко объяснить: сотрудники музея ориентируются, во-первых, на традицию (все эти фразы уже много лет используются в музейной педагогике, а значит, они хорошие, «проверенные временем»), а во-вторых, на, казалось бы, близкие и понятные каждому ребенку понятия — школа и урок. Но посмотрим на эти названия глазами ребенка: все это встречалось ему уже много раз во многих музеях, да к тому же «опять учиться, опять школа, сколько можно, не хочу, неинтересно».

Еще один традиционный прием в выборе названия для музейного события — это использование цитаты:

- «Богатыри не вы»;
- «Недаром помнит вся Россия»;
- «Скажи-ка, дядя»;
- «Мое гнездо, где вырос я»;
- «Остановись мгновенье, ты — прекрасно»;
- «Я помню чудное мгновенье»;
- «Что за прелесть эти сказки»

В этом случае выбирается очень известная цитата, которую мы слышим и сами используем слишком часто, и от этого ее содержание опустошается. Либо такая цитата, смысл которой близок и значим только для сотрудников музея и не несет никакой смысловой нагрузки для посетителя.

Музей истории Екатеринбурга<sup>1</sup> проводит в год в среднем 15-20 выставок, и о многих из них можно прочитать не только на сайте музея, но и в отзывах посетителей, обзорах и репортажах СМИ. Залог такого успеха не только в ак-

<sup>1</sup> Официальный сайт музея — <http://www.m-i-e.ru>.

тивном участии музея в очень насыщенной культурной жизни крупного города, но и в яркости и привлекательности названий программ. Примером могут послужить выставки с интригующими названиями «Путешествие свердловского гурмана» и «Черный менеджер революции», которые были посвящены нетривиальным темам: первая — советскому общепиту Свердловска, вторая — судьбе Якова Свердлова.

Не менее важно даже то, как именно будет сформулировано название — в виде вопроса или утверждения. Как правило, сотрудники музея во всех своих текстах что-то утверждают, описывают какие-то факты и знания, которые посетитель должен запомнить и воспринять, то есть выступить как пассивный читатель и зритель. Очень редко музей задает вопросы, в то время как вопрос в названии или этикетке — успешный способ привлечения внимания посетителей, ведь в этом случае ему предлагается высказать свою собственную точку зрения.

Удачные названия музейных проектов (выставочных, образовательных, исследовательских, туристических) можно увидеть среди победителей грантового конкурса «Меняющийся музей в меняющемся мире»: например, «Единорог — миф или реальность», «Ставрополье — родина слонов», «Музей коломенской пастилы. История со вкусом», «Пятое измерение нехорошей квартиры», «Страна Гайдарики» и другие. Сам формат конкурса задает ситуацию конкуренции, а яркое название сразу же выделяет проект из общего ряда. К тому же важным этапом реализации проекта по условиям конкурса является его пиар, продвижение, и здесь выразительное название выполняет важную функцию привлечения внимания.

Таким образом, удачное заглавие должно быть выразительным, ярким, образным, интригующим, ориентированным на посетителя и желательно немногословным, но отражающим содержание выставки или программы.

## 1.2. Сайт

Представим, что посетитель, увидев музейную афишу, заинтересовался и решил сходить в ближайшие выходные в музей. Следующий его шаг — это зайти на музейный сайт, узнать, когда музей открыт и как до него добраться, ну и посмотреть, раз зашел, и другие страницы.

На музейном сайте посетитель встречает множество текстов, но обычно они сводятся к следующим разделам:

- «О музее» — презентация, миссия, история музея;
- «Для посетителей» — формы работы, предложения музея;
- «Экспозиция» — описание коллекции и основных разделов экспозиции.

Есть еще «Контакты» или «Как добраться», есть разделы «Для специалистов», «Новости», «Афиша», «Обратная связь», часто встречается «Виртуальная экскурсия» и другие.

Здесь основной задачей является сделать так, чтобы разные разделы (для специалистов и для неспециалистов) были написаны по-разному с точки зрения содержания, стиля и объема.

Так, в разделе «Посетителю» в описании экспозиции не должен содержаться, например, такой текст: «Экспозиция — визитная карточка любого музея, основанная форма музейной коммуникации, “язык, на котором говорит музей” (А. Мансуров, Б. Заводовский, Н. Вертинский, М. Гнедовский, Н. Никишин и др.). Современная экспозиция должна быть открыта для изменений, в ней могут сосуществовать различные типа экспозиций, широко применяются мультимедиа-технологии». Такой текст скорее адресован музейным специалистам и сообщает об отношении сотрудников конкретного музея к проектированию своей экспозиции, но это точно не описание экспозиции посетителям.

Представим и другую ситуацию. Человек, наш потенциальный посетитель, собираясь пойти в какой-либо музей, просматривает сайты нескольких, и везде встречается примерно следующий текст:

«Наш музей — первый в мире и крупнейший в России музей, посвященный...»

Музей основан в ... году по инициативе исследователей и горожан.

Экспозиция и коллекции музея уникальны и раскрывают историю...

Наш музей — не только крупнейшее хранилище, но и авторитетный научный центр. Его сотрудники ведут исследовательскую работу, занимаются поиском, введением в научный и культурный обиход новых фактов и материалов. Осуществляют публикации каталогов. Ежегодно в музее проходит международная научная конференция.

За многолетнюю историю в музее собран богатейший материал по истории... Коллекция музея насчитывает более 60 тысяч единиц хранения, из них 50000 — основной фонд. Все эти богатства представлены в экспозиции.

В музее читаются абонементные циклы лекций для взрослых и детей, а также интерактивные занятия для школьников 1-11 классов. По предварительным заявкам организуются экскурсии, проводятся детские праздники и дни рождения».

И после чтения нескольких таких описаний может возникнуть ощущение, что все время рассказывается про один и тот же музей. Приведенный выше текст — не плод воображения, а вполне типичное явление. И именно в подобных текстах можно встретить в большом количестве музейные «слова-паразиты»: *уникальный, выдающийся, увлекательное, познавательное, погрузиться в историю, окунуться в атмосферу, распахнул двери* и т. п. Эти слова зачастую не несут никакой информации, как и большинство слов-паразитов в нашей речи.

Кроме того, частое использование таких слов, как *выдающийся, уникальный, увлекательный*, не дает посетителю возможности сделать самостоятельный вывод о ценности музея, самостоятельно оценить степень уникальности и увлекательности, ведь ему сразу, еще до посещения сообщается, что именно он увидит, причем в оценочной форме.

При этом для привлечения внимания часто достаточно нескольких слов или предложений. Зайдя на сайт музея-заповедника «Гатчина», можно сразу, уже на первой странице, узнать, что «есть дюжина причин, чтобы приехать в Гатчину»<sup>2</sup>, и дальше эти причины перечислены — это и есть презентация музея.

Другой вариант текста-описания музея можно увидеть на сайте музея истории Лондона<sup>3</sup>, где на главную страницу вынесены только два предложения «Добро пожаловать в музей Лондона. Открой для себя историю большого города и его жителей». Хотя на этом сайте есть и отдельный раздел «О нас», где представлены миссия и ценности музея, история и дирекция, награды и вакансии, региональные программы и совет управляющих. Все это важная информация, но для посетителя может быть достаточно и двух предложений на первой странице.

В структуре многих сайтов российских музеев есть раздел «Музей — детям», но, как правило, его содержание, тексты предназначены для чтения родителями, хотя сегодня очень многие дети, а особенно подростки активно пользуются интернетом и сами могут прочитать о музейных услугах и предложениях и выбрать из них то, что их заинтересует. Но часто текст в этом разделе сайта написан профессиональным языком музейного педагога и представляет интерес только для его коллег из других музеев:

«Гуманистическое наследие писателя, его нравственные идеалы, интереснейший опыт педагога-практика легли в основу методики работы с детьми в музее. Она предполагает атмосферу любви и доброжелательности, творческой свободы и внимательного отношения к особенностям личности каждого ребенка».

Или:

«Программа “Солдатская сказка” — это уникальная возможность через метод “вовлечения в прошлое” погрузиться в эпоху Отечественной войны 1812 года, ощутить себя сопричастными к героическими событиями русской истории».

<sup>2</sup> <http://gatchinapalace.ru/>

<sup>3</sup> <http://www.museumoflondon.org.uk/>

Или:

«Веков связующая нить (местная топонимика).

Ищем следы столетий (краеведческая игра)».

Такие тексты:

— малоинформативны;

— безадресны: непонятно, для кого написан этот текст — для детей? подростков? для родителей? для школьного учителя? для другого музейного педагога? для руководства музея?;

— нефункциональны: непонятно, для чего они представлены на сайте — чтобы рассказать об образовательных услугах музея? привлечь посетителей? заинтересовать детей?

Текст не попадает ни в одну из аудиторий: детям и подросткам — скучно и непонятно, родителям — просто непонятно, что же это за занятие, коллегам-музейщикам будет недостаточно необходимой профессиональной информации. Возможно, имеет смысл написать разные тексты для разных аудиторий, завести разные разделы и не смешивать и не вводить в заблуждение посетителей.

Так, например, на сайте Государственного музея политической истории<sup>4</sup> есть отдельные разделы «Взрослым» и «Для детей», при этом в последнем сделана более подробная рубрикация: для дошкольников и младших школьников, для старшеклассников, отдых всей семьей. Тексты этих разделов и рубрик действительно написаны по-разному.

На сайте Государственного биологического музея им. К. А. Тимирязева описание игры для всей семьи «Биологический лабиринт» представлен в двух вариантах: для детей и родителей:

«Уважаемые взрослые! Папы и мамы! Бабушки и дедушки! Если в музее ребенок ставит вас в тупик, задавая бесконечные и часто неожиданные вопросы, требуя при этом немедленного ответа, то игра “Биологический лабиринт” — это ваша “палочка-выручалочка”!

Во время игры ребенок будет занят изучением самых разнообразных удивительных экспонатов, рассматривая их, сравнивая, пробуя, раскладывая по определенным признакам. Все эти исследования он может проводить сам или с вашей помощью. А сотрудники музея всегда помогут в случае необходимости. С каждой семьей они работают индивидуально, учитывая возраст ребенка»<sup>5</sup>.

<sup>4</sup> <http://polithistory.ru>

<sup>5</sup> <http://www.gbmt.ru/ru/kids/labyrinth.php>

Так же специально для родителей написан текст о выставке и образовательной программе «Смотри в оба!»:

«Дорогие мамы и папы, бабушки и дедушки! Ваше главное научное открытие на интерактивной экспозиции “Смотри в оба!” — это ваш ребенок. Вместе с ним, выполняя увлекательные задания и просто осматривая экспозицию, вы узнаете много нового о собственном ребенке, а это стоит всех законов природы, вместе взятых».

К сожалению, привести большое количество примеров удачных текстов-описаний с сайтов российских музеев нет возможности, так как их очень и очень мало.

Текст-описание о музее, о музейных услугах, во-первых, должен быть ориентирован на посетителя, во-вторых, должен четко и коротко представить музей, его коллекции и экспозиции и сообщить, почему его обязательно нужно посетить, что можно увидеть в этом музее.

## 2. Тексты в музее

### 2.2. Буклет

Итак, наш посетитель из потенциального и виртуального стал реальным, придя в музей, и в кассе<sup>6</sup> он может либо купить, либо получить бесплатно информационный буклет или листовку о музее.

Основные функции подобного музейного издания очевидны:

— сообщить самую важную информацию о музее (режим работы, адрес, телефоны, сайт и др.), экспозиции (название и краткое описание основных разделов), музейных услугах;

— помочь с навигацией по музею (дать план экспозиции или музея).

Хотя возможны варианты, когда эти функции выполняют отдельные издания: план-схема со справочной информацией, брошюра о музее или экспозиции, буклет о различных услугах, предлагаемых музеем. В любом из этих вариантов, как представляется, должны быть соблюдены важные принципы построения подобного текста:

— небольшой объем: чем меньше слов, тем легче понимается смысл текста, к тому же это дает возможность использовать крупный шрифт (тоже облегчает чтение текста);

— четкость изложения, только необходимая для навигации и понимания информация. Здесь важно снова посмотреть на свой музей со стороны,

<sup>6</sup> Хотя все чаще и чаще встречается вариант, когда подобный буклет можно скачать с сайта музея перед посещением.

представить себе (хотя это порой очень сложно), как человек приходит в ваш музей в первый раз, что он при этом чувствует, что видит, с какими трудностями сталкивается. То, что музейному сотруднику кажется понятным и очевидным, для посетителя может стать неразрешимой загадкой: например, что скрывается за названиями залов и разделов экспозиции, что стоит за топонимами музея-усадьбы;

— сообщение только о самых интересных экспонатах или объектах, на которые нужно обратить внимание.

Какая информация не нужна в подобных текстах?

— Сообщение о 50 тысячах или даже 200 тысячах единиц хранения, так как обычному посетителю это ни о чем не говорит;

— подробное, а порой излишне восторженно-лирическое описание музея (хотя это допустимо, например, в авторском путеводителе или в брошюре, посвященной истории музея);

— профессиональная лексика и терминология;

— поспешная оценка уникальности, познавательности и интересности музея.

Главное в таком типе текста — краткость и информативность.

## 2.2. Этикетки и экспликации

Прочитав информационный буклет, наш посетитель отправляется на экспозицию, где встречается с самыми главными музейными текстами — этикетками и экспликациями.

В пособиях по проектированию экспозиции написано, что этикетки и экспликации — важный компонент музейной экспозиции, так как именно они служат «для обеспечения необходимого уровня понимания посетителем экспозиционного замысла, содержания экспозиционных комплексов, характеристик отдельных экспонатов <...>»<sup>7</sup>.

Тем не менее, профессиональный разговор об этом виде музейных текстов в России возник недавно. Последнее методическое пособие было написано в 1990 году, после этого — только фрагментарные статьи. И если наши зару-

<sup>7</sup> Музейное дело в России / Под ред. Каулен М.Е. — М.: ВК, 2006. — С. 231.

<sup>8</sup> Serrell B. Making Exhibit Labels: A Step by Step Guide / Beverly Serrell. — Nashville, TN: American Association for State and Local History, 1983; Bitgood S. Deadly sins revisited: A review of the exhibit label literature / Stephen Bitgood. Visitor Behavior, 4(3), 1989. — pp. 4—13; Borun, M. & Miller, M. (1980): *What's in a name? A Study of the Effectiveness of Explanatory Labels in a Science Museum*. Philadelphia: The Franklin Institute; Blais, A. (1995): *Text in the Exhibition medium*. Société des musées québécois и другие

бежные коллеги на протяжении последних десятилетий проводят различные исследования, посвященные восприятию музейных текстов, выработке стандартов и рекомендаций по написанию и оформлению этикеток в экспозиции<sup>8</sup>, то в нашей стране такие исследования и публикации возобновились только в последние годы. В 2010 году в рамках проекта «Детские дни в Петербурге» впервые был предложен специальный детский этикетаж в 17 музейных экспозициях, этот опыт был описан и представлен на Всероссийском профессиональном форуме «Музей и детская культура: активное участие, игра и удовольствие» (Санкт-Петербург, 23-27 ноября, 2011 г.)<sup>9</sup>. Обсуждается этот вопрос и в профессиональных изданиях: так, например, журнал «Музей» недавно посвятил этой теме целый номер<sup>10</sup>.

На практике, как правило, этикеткам и экспликациям уделяется меньше всего внимания. Зачастую эти тексты автор выставки или экспозиции готовит в последнюю ночь перед открытием. Или встречается другая, тоже типичная ситуация, когда этикетаж в экспозиции не меняется много лет и сотрудники музея вообще перестают обращать на него внимание. И если текст в этикетке и экспликации не интересен людям, работающим в музее, то скорее всего он не заинтересует и тех, кто туда пришел.

Помимо этого, музейным текстам в экспозиции свойственны те же недостатки, что и другим музейным текстам (буклетам, текстам на сайте, путеводителям и т. п.):

— излишняя многословность: очень большой по объему текст, набранный мелким шрифтом, не привлечет посетителя, тем более если это экспликация к какому-либо экспозиционному разделу и комплексу, зачастую расположенная в начале зала и почему-то в самом неудобном месте;

— и наоборот — излишняя краткость, когда в этикетке почти ничего не сообщает посетителю;

— безличность текста;

— неоправданное использование профессиональной лексики и терминологии — конечно, в музейные тексты должны быть написано профессиональным хорошим языком, но это не значит, что посетитель должен

<sup>9</sup> Подробнее о форуме см. <http://www.museum12345.ru/cat/673/ru>.

<sup>10</sup> Музей. № 4, 2012: «Навигация как часть музейного сервиса» — интервью с О.В. Сеницыной; Е. Смирнова «Про “восемь смертных грехов” и “семь заповедей экспозиционера”», М. Альбедиль «Детская этикетка — это серьезно!». См. также статьи Пантюлиной Н. А. «Текст в экспозиции Биологического музея: попытки и пытки» и Стрелкова В. И. «В начале было слово». Текст в выставочной экспозиции // Экспозиции Государственного биологического музея К.А. Тимирязева. Сборник научных трудов. — М.: Акварель, 2011.

продираться сквозь нагромождение терминов и слов, значения которых он не знает;

— излишняя серьезность — многие сотрудники музеев, продолжая сегодня воспринимать свой музей как храм, а себя — как служителей в этом храме, не допускают возможности в своем тексте задать вопрос посетителю, пошутить с ним, пригласить к игре или дискуссии, а лишь стремятся сообщить как можно больше информации и сведений, которые человек, как им кажется, «должен уяснить, посетив экспозицию».

Важную роль в восприятии музейных текстов посетителями играет также шрифт и дизайн, так как даже самая интересная и удачная этикетка будет испорчена плохим шрифтом или фоном, неудобным месторасположением. Также важным моментом в подготовке музейных текстов является отсутствие в них ошибок: орфографических, пунктуационных, стилистических, фактических... любых.

### 3. Тексты, которые возвращают в музей

Несомненно, что типология музейных текстов, предложенная в начале статьи, условна. И тексты на сайте, и этикетки, и рекламные и информационные буклеты могут повлиять на возвращение посетителя в музей.

Путеводители, каталоги, буклеты — для детей разного возраста, для взрослых, для иностранных посетителей, для людей с особыми потребностями, для специалистов, для туристов и т. д. — все эти тексты возвращают посетителя в музей. И если в последние годы и теоретически, и практически осмыслены детские путеводители и этикетки, о чем свидетельствуют и некоторые статьи в данном сборнике, то, например, о путеводителях для взрослых как особом музейном жанре никто не говорит и не пишет. Как представляется, вопрос о текстах путеводителей, буклетов и каталогов — это сегодня открытый вопрос, требующий обсуждения и осмысления.

Музейные тексты — это форма коммуникации, диалога между музеем и посетителем, и чтобы этот диалог состоялся, нужно помнить:

- кто? — об адресате, читателе, собеседнике;
- что? — тот объем информации, который посетитель способен осознать;
- как? — четко понимать жанр того или иного текста, его назначение.

В написании музейных текстов также важны редаKTура и обратная связь, когда посетителям предоставляется возможность оценить тексты. Такие тексты, которые создавались не случайно, а в процессе серьезной, хотя и творческой работы, со всесторонним учетом личности адресата, действительно будут прочитаны нашими посетителями. А если разговор с собеседником был полезным и интересным для всех участников, есть вероятность его продолжения.

## «Да и нет не говорить, черное-белое не называть»

Дарья Агапова

*«Длинные слова меня только расстраивают».*

Винни-Пух

Оговорю в самом начале, что эти соображения о детских музейных текстах субъективны, но основаны на богатом редакторском опыте.

В рассказе из сборника «Ночь» Татьяны Толстой учёной-биолог пытается подрабатывать в детском журнале. Испытывая стилистические муки, он пишет статью про волка:

*«Волк. Канис люпус. Пищевой рацион.*

*Пищевой рацион волка разнообразен.*

*Волк имеет разнообразный пищевой рацион: грызуны, домашний скот.*

*Разнообразен пищевой рацион серого: тут тебе и грызуны, и домашний скот.*

*До чего же разнообразен пищевой рацион волчка серого бочка: тут тебе и зайчики, и кудрявые овечки...»<sup>1</sup>*

Этот пример остроумно иллюстрирует тот факт, что невозможно сделать хороший текст для детей, перекраивая «взрослый», основанный на научном дискурсе. Текст не становится «детским», когда в него добавляют уменьшительно-ласкательные суффиксы или в нём заменяют сложные слова простыми, а длинные — короткими. Прежде всего в этом тексте должен быть другой смысл.

Для примера сравните «взрослый» и «детский» тексты:

«Зимний дворец по праву считается одним из самых выдающихся памятников дворцовой архитектуры Санкт-Петербурга. Яркий образец стиля барокко в русском искусстве XVIII века, дворец являет собой блестящий пример синтеза архитектуры и декоративной пластики».

«Зимний дворец не похож на другие дворцы. У него огромный парадный двор. Вокруг дворцов часто разбивают сады. А тут получилось как раз наоборот: не сад окружает дворец, а дворец — сад!»

Обратите внимание: они отличаются не только стилем речи и лексикой — в них содержится разная информация. Перевести то, что сказано в левом столбце, на детский язык невозможно.

<sup>1</sup> Толстая Т. Сомнамбула в тумане // Толстая Т. Ночь. М.: Эксмо, 2007. С.335-338.

Определяя круг смыслов, автору важно держать в уме зону ближайшего развития маленького человека<sup>2</sup>, которому текст адресован, учитывать психологию восприятия, особенности мотивации, опыт и актуальные интересы ребёнка. Это отдельная большая тема. Она напрямую связана с точной и грамотной постановкой целей (то есть ответом на вопрос «Зачем мы это делаем?»). Но когда цели поставлены и круг смыслов определён, встаёт вопрос о стиле речи.

В редакциях многих газет и журналов на видном месте вывешены списки слов и выражений, которые употреблять в текстах не рекомендуется. Главного редактора не устраивает стилистическая окраска слова или слишком частое его употребление, «замыленность» штампов. Архитектурные журналы запрещают слово «красивый», гляцевые журналы для женщин — слово «модный», интеллигентные журналы — слово «озвучить». Почти в каждом уже много лет запрещено выражение «поживём — увидим».

Часто журналисты считают ограничения пустыми придирками. Однако с опытом к человеку, пишущему много и для разных групп, приходит понимание двух моментов. Во-первых, обострённое внимание к словам помогает преодолеть неизбежную инерцию мышления и проникнуть вглубь явления, по поверхности которого скользила готовая стереотипная фраза. Во-вторых, со стороны недостатки текста виднее.

Трудности авторов музейных путеводителей для детей, кроме прочего, связаны с инерцией экскурсионного мышления. Чтобы помочь авторам преодолеть преодолевать стилистические привычки такого рода, я постаралась собрать коллекцию слов и оборотов, непригодных, на мой взгляд, для детских текстов.

Самые общие принципы можно сформулировать так:

- больше ярких образов, неожиданных (но точных) сравнений, игры, юмора, сюжетных интриг;
- больше динамики, а значит — глаголов;
- меньше причастных и деепричастных оборотов, сложных конструкций, наукообразия, многословных описаний, безличных предложений;
- решительное НЕТ дидактике и нравоучительности (*Теперь ты понял, как важно знать историю...*);
- больше внимания навигации (*отсчитай 5 шагов направо..., найди с помощью плана зал № 10*);

<sup>2</sup> Зона ближайшего развития — психологическое понятие, введенное Л. С. Выготским, определяет перспективу развития ребёнка: область незрелых, но созревающих, почти «готовых» психических процессов, способностей, навыков.

- место для дополнительной информации (коротких справок) — в рамках-врезках;
- монотонность — это очень плохо, но если выделено много, значит не выделено ничего.

### Слово или выражение, употребление которого не рекомендуется

*известный, знаменитый, прославленный*

### Почему

Употребление этих слов возможно в словосочетаниях типа «знаменитые люди». Но нежелательно как эпитет конкретного лица, например, «известный композитор / поэт / художник N», так как если он и впрямь известный, то зачем об этом напоминать, а если читатель не знает композитора N, то ему нужно объяснить, чем же он так хорош. Альтернатива: «...композитор N прославился сочинением похоронных песен / свадебных маршей / разудалых вальсов...»

*выдающийся*

Это слово не рождает в сознании читателя образа, а вместо этого задает чужую шкалу ценностей. Кто-то решил, что творчество композитора N имеет большое культурно-историческое значение, говорит это слово. Но нам нужно, чтобы ребенок узнал, КАК и ПОЧЕМУ так получилось и какое имеет значение это творчество ЛИЧНО ДЛЯ НЕГО.

*оригинальный, уникальный*

На языке ребенка лучше сказать «ни на что не похожий».

*увлекательные, интересные, удивительные (факты, задания, истории, экспонаты, путешествия и т. п.)*

Не говорите, что они интересные или увлекательные, сделайте, чтобы они были такими.

*интерактивный*

Это мета-слово для специалистов и иногда (хорошо, если не слишком

<i>один из самых..., один из главных..., один из лучших...</i>	часто) — для родителей. Ребёнку лучше сказать: « <i>Давай поиграем</i> ».
<i>культурно-историческое значение, этапы исторического развития, в процессе исторического развития, сокровищница культуры/истории</i>	Скажите « <i>самый / главный / лучший...</i> », или не надо употреблять этих слов совсем. Кто такой «самый лучший», ребенок понимает хорошо (само собой, это он сам и есть). Выражение «один из...» имеет привкус дурной бесконечности: сколько же этих «самых»?
<i>деятель (выдающийся, государственный, общественный...)</i>	Абстракции, не понятные ребенку.
<i>по праву считается, принадлежит к числу, особенностью того-то является то-то, внести большой вклад в...</i>	Лучше конкретизировать, в чем заключалась его деятельность, чтобы создать образ.
<i>созДАНИЕ, отношЕНИЕ, изображЕНИЕ, включЕНИЕ, упоминАНИЕ...</i>	Канцеляризм.
<i>продукт жизнедеятельности</i>	Большинство отглагольных существительных, заканчивающихся на -ание, -ение, должны вызывать острое подозрЕНИЕ. Они узурпируют место глаголов. А чем больше в тексте глаголов, тем он динамичнее и живее. К тому же глагол требует действующего (не спрятанного) субъекта ( <i>кто-то создал, кто-то относится, кто-то изобразил, кто-то включил, кто-то упомянул... и кто-то подозревает</i> ).
<i>памятник архитектуры</i>	Лучше конкретизировать, кто, что и как сделал / произвёл.
	Сочетание смыслов этих двух слов по-настоящему понятно только учёным-историкам и фанатам-краеоведам.

<i>памятник дворцовой архитектуры</i>	Это ведь просто дворец, не так ли?
<i>произведение искусства</i>	Если конкретный смысл не раскрыт, это выражение «закрывает» вещь, помещая её в недостижимую мысленно непробиваемую витрину.
<i>памятник эпохи барокко (романтизма и т.п...)</i>	Стиль — сложное понятие, интересное культурно искусственным взрослым. Даже самые искусственные из них затрудняются дать детям одновременно корректное и доступное определение этого понятия. В результате дети выучивают слова «рококо» или «барокко», не понимая их смысла.
<i>...XVIII—XIX веков</i>	Ничего не говорит ребенку, если не привязано к конкретному (знакомому ребёнку) образу, событию или лицу. Например, выражения « <i>во времена Петра I</i> » или « <i>в то время, когда мужчины носили парики и румянили щеки</i> » говорят много больше, чем цифры.
<i>декоративно-прикладное искусство</i>	Академический штамп («дэ-пэ-и»), создающий мертвящую атмосферу школьного учебника.
<i>внутреннее убранство, архитектурный облик, наглядное воплощение</i>	Искусствоведческие штампы.
<i>формирование чего бы то ни было (стиля, типа...) или синтез чего бы то ни было (искусств, архитектуры и скульптуры...)</i>	Обычно у ребёнка недостаточно опыта (материала) для обобщений такого рода. «Формирование» и «синтез» для него — абстракции, которые ничего не добавляют к восприятию конкретной вещи.
<i>характерный образец чего-то...</i>	Ребёнку интереснее частное и индивидуальное, чем общее и типичное.

<i>утвердилась традиция..., традиция жива...</i>	Традиция для ребенка — непонятный субъект. Лучше сказать: «Такие-то люди поступали / считали / думали так-то» или «В то время было принято делать то-то и то-то».
<i>увлекательное путешествие в историю, окунуться в атмосферу, погрузиться в историю, листать забытые страницы прошлого, никогда не перестанет удивлять</i>	Набившие оскомину рекламно-туристические штампы.
<i>тайны (секреты) истории искусства, тайны старинной архитектуры...</i>	На поверку «тайны» часто оказываются просто подробностями или — ещё хуже — дидактическими наставлениями, и ребёнок чувствует себя обманутым и разочарованным: «Где же обещанные тайны?»
<i>прикоснуться к истине</i>	Пафосный штамп, намекающий, что есть высшая инстанция, которая распоряжается истиной.
<i>мир чего бы то ни было (мир фарфора, мир музея, мир природы...), особенно в сочетании со словами таинственный, волшебный, удивительный</i>	Словосочетания такого рода приобрели неприятные рекламные коннотации во времена перестроенного кооперативного бума, когда расплодилось магазины и фирмы под названиями «Мир мебели», «Мир купальников», «Мир сантехники» (в значении «много мебели», «много купальников»...). Сочетание с высокими парными словами рождает ощущение надувательства.
<i>говоря о..., нельзя не упомянуть...или сейчас обратимся к...</i>	Конструкции такого рода появляются в тексте, когда автор затрудняется найти живую связь между явлениями.
<i>ты, конечно, помнишь... (знаешь...), как известно..., многие из вас знают...</i>	Если читатель не знает / не помнит, то у него появляется чувство, что с ним что-то не в порядке.

<i>хочешь узнать..., увидеть...?</i>	Когда альтернатива не предложена, ребенок из чувства противоречия может ответить «не хочу». Тогда игра заходит в тупик. Лучше написать «Если хочешь..., то...» или «Увидеть это ты можешь там-то», и ребёнок сам решит, хочет ли он.
<i>теперь ты знаешь, ... ты уже догадался...</i>	Возможно, ребёнок не понял, не разобрался. Или, наоборот, он знал это и раньше, без подсказок...
<i>если справишься с заданиями, тебя ждёт приз</i>	Если ребёнок не уверен в своих силах, он будет испытывать беспокойство: «А вдруг я не справлюсь...» Но и для уверенных в себе детей такая установка подменяет внутреннюю мотивацию внешней: «Я делаю это не потому, что мне интересно, а потому, что в конце меня похвалят и/или наградят».
<i>вооружиться фантазией, юмором, энтузиазмом</i>	Юмор и фантазия у ребёнка всегда с собой, ими не надо вооружаться. Вооружаться можно терпением, но лучше бы без этого обойтись.

# Музейные издания для детей

Ольга Леонова

Музей, понимаемый как коммуникативная система, предполагает общение посетителя с экспонатами и музейным пространством<sup>1</sup>. Посетителя сегодня зачастую рассматривают как «пользователя»<sup>2</sup>, то есть активного участника музейных событий. Интерактивные методы, предполагающие свободное взаимодействие с музейной средой, наиболее эффективны в том числе и для детской аудитории<sup>3</sup>. Однако классическая экспозиция «взрослого» музея чаще всего сложна для детского восприятия и требует интерпретации и посредника. В настоящее время стремительно расширяется подход к музейной и культурной интерпретации, а соответственно, и методы, используемые культурными институциями для трансляции информации, ценностей и показа своих сокровищ. Наряду с интерпретацией «от первого лица» (то есть непосредственно от музейного сотрудника — во время экскурсии, лекции, мастер-класса и т. п.) все большее распространение получают «бесконтактные», опосредованные способы взаимодействия с посетителями. Музейные издания — один из таких способов, давно и прочно вошедший в музейную практику. Дети (да и остальные посетители) особенно рады, если им предлагают нечто совершенно особенное, созданное специально для них, а не являющееся общераспространенным и давно известным. Таким приятным сюрпризом (а в некоторых музеях — и правилом) становятся специальные издания для детей, подготавливаемые к определенным выставкам, мероприятиям или освещающие очередную тему или часть коллекции музея для детской и семейной аудитории. В этом случае посредником между музейной экспозицией и зрителем является текст в печатном, электронном или аудиоформате (как дополнительная информация либо как воображаемый попутчик — друг и рассказчик). Такой способ знакомства с экспозицией помогает ребенку научиться самостоятельно ориентироваться в музейном пространстве или, если издание предназначено для домашнего использования, настроиться на посещение музея, подготовиться к нему. Разработанные с учетом законов детского восприятия музейные издания не только создаются в особом дизайне, но и яв-

ляются интерактивными по содержанию. В таких изданиях, помимо текста и иллюстрации, часто предлагается система заданий, которые активизируют поисково-познавательную деятельность юного посетителя и формируют навык нахождения ответов на собственные вопросы — как на экспозиции музея, так и вне ее. Подобно тому, как начинающий сотрудник использует для подготовки к лекции или экскурсии методическое пособие, в котором дается не столько содержание будущей экскурсии, сколько принципы проведения оной, принципы работы с аудиторией, так же и мы постараемся осветить жанровые особенности, принципы создания и «слагаемые успеха» в подготовке изданий того или иного вида. В статье будут рассмотрены различные виды изданий, обозначены их особенности, преимущества и недостатки. Основной упор в анализе изданий будет сделан на практических решениях, форматах, целевой аудитории — тех критериях, которые будут актуальны потенциальным авторам и разработчикам «детской» продукции на базе своего музея.

Для начала проанализируем печатные издания музеев, ориентированные на детскую и семейную аудиторию. Это печатная продукция, которая либо издается при участии музейных сотрудников, либо продается или раздается в музеях и имеет какое-либо отношение к экспозиции. В данном случае «детскую аудиторию» мы понимаем достаточно широко: это зрители в возрасте 3 лет и до подростков (именно такой возрастной диапазон аудитории указывается авторами анализируемых изданий).

Порядок, в котором в статье будут проанализированы различные виды музейных изданий, ориентирован на их вес и объем и, соответственно, сложность подготовки издания, а не на значимость его для посетителей или для музея, поскольку все издания нужны и важны, но имеют различные задачи и ориентированы на разные сегменты целевой аудитории.

Самое крупное по формату и тяжелое по весу музейное издание — это **каталог коллекции (либо выставки)**. Существуют и специализированные детские каталоги. Часто формат этих изданий нестандартный — квадратный или очень крупный, энциклопедический либо альбомный. Основное содержание такого издания — крупные качественные иллюстрации. Текстовый комментарий присутствует, но он минимален: обычно под каждой иллюстрацией упоминается лишь название, автор и дата создания экспоната, как в самой краткой музейной этикетке.

Отбор произведений для публикации осуществляется по определенным темам, которые могут быть интересны детям: часто это темы, совпадающие с содержанием других, немuseumных детских изданий развивающей или познавательной направленности. Например, разделы каталога могут называться так: цвета, цифры, животные (домашние и дикие), транспорт, занятия, контрасты (много — мало, высоко — низко, молодой — старый), птицы,

<sup>1</sup> Беззубова О. В. Некоторые аспекты теоретического осмысления музея как феномена культуры // Триумф музея. СПб., 2005. С. 6.

<sup>2</sup> Samis P. Visual Velcro: Hooking the Visitor // Museum News. 2007. November/December. P. 6.

<sup>3</sup> Юхневич М. Ю. Музей для детей? Дети для музея? <http://www.rusrev.org/content/review/default.asp?shmode=8&ida=2101&ids=157>.

формы, времена года, погода и т. п.<sup>4</sup> В другом варианте в детский каталог могут быть включены все экспонаты, которые, по мнению авторов, наиболее интересны детям. Расположены они могут быть, в частности, в алфавитном порядке (издания типа «азбука» существуют во многих музеях)<sup>5</sup>.

В конце такого издания может быть дана краткая каталожная информация об экспонатах — по содержанию ее можно сравнить с развернутой музейной этикеткой. Здесь указывается размер, полное название, время и место создания экспоната, есть информация об авторах (годы и место жизни), технике исполнения или материалах. В конце книги также может быть словарь терминов, если они встречаются в названиях или в тексте, либо краткое описание исторических эпох — времени создания экспонатов. Важно, чтобы эта информация была краткой, справочного характера и достаточно простой для понимания ребенком или, по крайней мере, взрослым-«дилетантом» (не стоит рассчитывать на то, что родитель, читающий с ребенком книгу, помнит «хотя бы» школьную программу по биологии, истории или МХК).

Следующий вид изданий, которые также часто появляются на прилавках музейных киосков, но предназначены, однако, не для использования «in situ», — это книги для домашнего чтения с родителями. Вернее их правильной было бы назвать книгами для рассматривания, поскольку в отличие от классических научных музейных изданий здесь читатель видит иллюстрацию, прежде чем получить массу контекстной теоретической информации. Такой подход автоматически ставит ребенка в активную исследовательскую позицию: ему самому предлагается изучить предмет, раздобыть информацию о нем, а не получить ее в готовом виде. Дети не нуждаются в предисловиях и преамбулах (зато в них нуждаются родители, и об этом — ниже), напротив, различного рода введения и отступления могут лишь разрушить зарождающийся интерес.

Формат у них более камерный, чем у каталогов, иллюстрации здесь меньшего размера, но все же пригодные для рассматривания, и они сопровождаются текстом, предназначенным для чтения ребенку родителем и последующего обсуждения. Здесь родителей можно рассматривать как основную целевую аудиторию, поскольку именно они становятся в данном случае трансляторами и интерпретаторами музейной информации.

Такая книга может служить для подготовки к посещению музея, помогает родителю сориентироваться в том, что лучше показать и как об этом расска-

зать ребенку, на что обратить внимание при посещении музея. С таким же успехом книга может стать основой для беседы после визита в музей: она поможет вспомнить понравившиеся произведения, рассмотреть те, на которые не обратили внимание на экспозиции, обсудить возникшие вопросы.

В книге для домашнего чтения обычно отсутствует единый сюжет — это набор «историй» об отдельных экспонатах, которые могут быть сгруппированы по определенным темам. Поэтому такую книгу можно читать в любом порядке, как бы мысленно выстраивая каждый раз новую экспозицию воображаемого музея.

В качестве примера приведу два англоязычных издания. Первое было подготовлено Музеем искусства в Клевленде (США), называется «Смотрим вместе» (автор Пенелопа Баченан)<sup>6</sup> и предназначено для рассматривания с детьми 3–6 лет.

Это книга сравнительно небольшого квадратного формата, состоящая из двух частей, помещенных в плотную суперобложку. Первая часть — четыре «гармошки» с крупными цветными фотографиями произведений. На каждом развороте помещается одна иллюстрация, краткая информация об экспонате — очень мелким шрифтом и крупным, но не ярким шрифтом — «ключевое слово», выражающее смысл произведения, который может быть доступен и интересен ребенку (например, слово «царь» в качестве подписи к картине, изображающей льва, «гордость» — к скульптуре лошади или «учитель» — в качестве комментария к африканской маске предка). Вторая часть книги — буклет с мелкими черно-белыми фотографиями экспонатов и подробным комментарием к ним, а также двумя предисловиями — для родителей и учителей, рассказывающими, как работать с книгой. Остановимся подробнее на предисловии, поскольку настрой, который будет дан родителю для общения с ребенком на «музейные» темы, — не только важная составляющая работы с книгой, но и, возможно, основа будущих отношений ребенка с миром истории, культуры, искусства.

К книге для домашнего чтения необходимо предисловие для родителей, в котором бы объяснялись возможные методы работы с музейными предметами — как в репродукциях, так и на экспозиции, при посещении музея. Предисловие может быть развернутым, многочастным и подразделяться на несколько смысловых блоков. Так, первая часть обычно вводная, именно здесь происходит «разговор по душам» с родителем о том, как важно и совсем не сложно разговаривать с ребенком на «глобальные» темы — об искусстве, смысле жизни, эмоциях, поступках людей, о том, каким значимым для развития ребенка может оказаться визуальное впечатление или интеллектуальное общение с заинтересованным и близким взрослым человеком — родителем

<sup>4</sup> Мир искусства. Книга для малышей // Семейная библиотека. Лондон: Дорлинг Киндерсли Лимитед, 1998.

<sup>5</sup> Например, такие издания существуют в Государственном Эрмитаже, Музее Прадо (Мадрид), Музее Метрополитен (Нью-Йорк) и др. Готовится к печати «Музейная азбука» в ГМИИ им. А. С. Пушкина (Москва).

<sup>6</sup> Buchanan P. Introducing young children to the Cleveland Museum of Art. Cleveland, 1996.

или воспитателем. Это помогает взрослому человеку расслабиться, вспомнить себя в детстве, раскрепощает и дает настрой на работу с книгой, то есть совместное рассматривание и общение. Также во введении обосновывается выбор произведений для книги: обычно он основан на опыте музейных педагогов, знающих, какие именно экспонаты больше всего привлекают детей.

Далее в предисловии помещаются советы для успешного посещения музея с ребенком. Они могут касаться общих принципов организации «музейного дня»: например, что не следует ходить в музеи в дождливые дни (поскольку нужно, чтобы посещение музея воспринималось ребенком радостно, торжественно); что желательно посетить музей заранее без ребенка, чтобы чувствовать себя уверенно; что с помощью книги можно предложить ребенку заранее самому выбрать маршрут (четыре «гармошки» с репродукциями — это четыре группы произведений, сосредоточенных в разных залах музея); сколько произведений можно смотреть за один раз с трехлеткой, а сколько — со старшим дошкольником; какие правила поведения лучше объяснить ребенку заранее и т. п. Рекомендации могут касаться особенностей рассматривания произведений на экспозиции: как сравнить впечатления от репродукции в книге и реального объекта в музейной среде; как расширить музейный маршрут, добавляя новые произведения для сравнения и обсуждения, или напоминая о том, что точка зрения ребенка отличается от взрослой хотя бы в силу его роста, и это может быть причиной того, что маленькому зрителю интересны одни и совсем не интересны другие детали экспоната (они могут быть просто не видны). Даются и психологические советы о том, как стимулировать ребенка на собственные высказывания, выражение эмоций или что ребенку лучше предоставить ведущую роль в этом мероприятии и как можно больше свободы.

Также могут быть даны практические советы относительно посещения данного музея: как ориентироваться в нем, где искать определенные произведения (и что означает, если каких-то экспонатов нет на месте), какие еще залы музея, кроме тех, произведения из которых указаны в книге, интересно посетить вместе с ребенком.

В предисловии также может быть раздел для учителей, если предполагается, что книга может использоваться в школе. Здесь описано, как спланировать посещение музея с классом и согласовать его с другими занятиями, проводимыми на экспозиции, как включить родителей в музейно-школьный проект. Также здесь целесообразно проинформировать об экскурсиях, занятиях, семинарах, которые музей предлагает для детей определенного возраста или для учителей, либо указать контакты соответствующего отдела.

Содержательная часть буклета строится по следующей схеме: черно-белая репродукция произведения дополняется достаточно развернутой фактической информацией об авторе, его биографии, времени создания произведения, материале, способе попадания в коллекцию и т. п. Также здесь даны

советы, как строить диалог с маленьким зрителем о произведении искусства, как мотивировать его на активное рассматривание, на что обратить внимание в этом произведении и аналогичных предметах из коллекции музея. Красным шрифтом выделены идеи игр и варианты творческих заданий, которые можно выполнить с ребенком под впечатлением от рассматривания книги или посещения музея. Цвет текста означает и его адресата: черный шрифт предназначен только для родителей — это дополнительная информация для размышления; текст, напечатанный красным, можно целиком зачитывать детям — по стилистике и смыслу он предназначен для дошкольников.

Второй пример книги для домашнего чтения, который я приведу здесь, нельзя назвать в строгом смысле музейным изданием, поскольку оно не было подготовлено каким-либо конкретным музеем, однако книга Франсуазы Барб-Галль «Как говорить с детьми об искусстве» — музейная по содержанию, и в ней есть много интересных педагогических находок<sup>7</sup>. Эта книга замечательна прежде всего очень полезным и всеобъемлющим предисловием. Один из значительных разделов в нем посвящен возрастным особенностям юных посетителей музеев. Автор выделяет три возраста детей, на родителей которых ориентирована книга: 5-7 лет, 8-10 и 11-13 лет. Кратко описываются интересы, особенности восприятия, проблемы каждого возраста — вся информация дается относительно возможного посещения музея. Последний раздел предисловия (как и первый) направлен на воодушевление родителей и озаглавлен ободряющей фразой «Не знать — это нормально!». Раздел посвящен общим и «проблемным» вопросам о произведениях искусства, которые могут заинтересовать ребенка, — о художниках, религиозном искусстве, особенностях искусства XX века, стоимости картин и т. д. С помощью советов, данных в книге, родителю будет гораздо проще и комфортнее отвечать на такие «скользкие» вопросы.

Формат основного содержания — еще одна интересная находка автора книги. Текст здесь построен как диалог, ответы на детские вопросы. В данном случае вопросы и ответы сопровождаются цветной полосой по кромке листа, цвет которой зависит возраста ребенка, способного задать такой вопрос. Помимо удобства использования, этот прием заодно делает необычным внешний вид книги: даже когда она закрыта, обрез страниц пестрит разными цветами.

Вкратце суть таких диалогов сводится к двум вопросам: что ты видишь и почему ты так думаешь? Обычно этого достаточно, чтобы начать разговор о предмете. Сложность для родителя заключается лишь в том, чтобы помочь ребенку сформулировать свои ощущения и найти простые и точные слова для описания порой очень сложных вещей — в этом и помогает книга.

<sup>7</sup> Barbe-Gall F. How to talk to children about art? London: Frances Lincoln Ltd, 2005.

В конце книги для домашнего чтения могут быть помещены библиографические ссылки. Причем здесь в большей степени имеет смысл указывать научно-популярные и детские издания, фильмы, сайты, доступные для изучения детьми совместно с родителями, чем научную литературу, которой, возможно, пользовались авторы при написании книги.

Помимо научно-популярного жанра, среди изданий, относящихся к книгам для домашнего чтения, можно выделить жанр музейно-сказочный. Это сказки и истории для чтения детям, в которых, однако, образовательная составляющая тоже очень важна. Обычно сюжет сказки разворачивается как путешествие по музею, что придает истории достоверность. Однако в «экскурсии» участвуют не только музейные экспонаты, но и фантастический персонаж. Это может быть фея Музея<sup>8</sup> или Колобок<sup>9</sup>, как в сказках Аниты Дункерс, изданных при участии Государственного Русского музея. Герой может выполнять роль «хранителя» и рассказчика или, наоборот, быть совершенно чуждым музейному миру существом, которому нужно все показывать и разъяснять (как Колобок). На страницах книги также могут «оживать» музейные предметы. Персонаж предстает в разных ситуациях и на иллюстрациях книги наряду с фотографиями музейных предметов. И хотя иллюстрации во многом дополняют сказочную атмосферу и придают достоверность описываемому, в данном виде книг они — не главное. Здесь редко встретишь «развлечения» вроде игр и творческих заданий (иногда можно встретить вопросы для обсуждения после каждой главы). Основная составляющая в книгах этого жанра — текст, поэтому он должен отвечать самым высоким литературным требованиям. Ведь в сказке слог и сюжет — единственные средства увлечения маленького читателя.

Следующий вид изданий в нашей классификации — **книги по определенной теме или залу**. По формату и способу подачи информации эти издания близки одновременно и книгам для домашнего чтения, и в некоторых случаях — путеводителям. Здесь текст и иллюстрации сосуществуют примерно в равных пропорциях. Комментарии к предметам даются в том же объеме, что и в предыдущих примерах, однако по стилю и формату текст в большей степени ориентирован на ребенка: он краткий, часто написан в забавной или интригующей манере, в форме диалога или заданий. Иллюстрации (фото экспонатов и рисунки к ним) размещены в определенном логическом порядке, их цель — к концу книги сформировать у ребенка понимание конкретной темы. В конце такого издания или даже на каждой странице возможно творческое задание для закрепления материала.

<sup>8</sup> Лившиц Л. Сказочный Эрмитаж. СПб.: Альфа-колор, 2008; Лившиц Л. Глиняные сказки. СПб.: Арс, 2002.

<sup>9</sup> Дункерс А. Сказки про музей. Петрозаводск, 2003.

В качестве примера хотелось бы привести серию книг, изданных Содружеством национальных музеев (Франция) и посвященных всемирно известным художникам<sup>10</sup> (существуют также подобные издания, посвященные другим известным личностям — архитекторам, мореплавателям, полководцам, изобретателям, писателям и т. д., персонажем подобной книги может стать герой любой музейной экспозиции). Каждая страница здесь представляет собой игру. Например, биографический раздел — это игра «соедини верное»: иллюстрации эпизодов из жизни художника нужно соединить с их описанием. На каждой странице репродукция (картинка) сопровождается очень кратким живым описанием, иногда в виде риторического вопроса. Анализ произведений дается в виде разнообразных игровых заданий, среди которых преобладает тип заданий на внимательное рассматривание: «подбери», «соотнеси верное» (нужно подобрать цветовую гамму картины либо фрагменты произведения, найти отличия или соотнести фотографию человека с карикатурой на него и т. п.). Есть задания на логику: например, написать письмо «тайным» шрифтом, соотнести современную технику и предметы с древними изобретениями (по рисункам Леонардо да Винчи), а также игровые задания (с полем для настольной игры) и задания на тактильные ощущения (например, подобрать кусочки ткани, похожие по фактуре на дым паровоза, изображенный на картине К. Моне, вырезать и расположить их в таком же порядке).

Поскольку предполагается, что с такой книгой ребенок работает самостоятельно (без помощи родителей или педагога), в конце могут быть даны ответы на задания.

Следующий пример тематического издания находится уже на грани жанра и приближается по формату к путеводителю. Однако я помещаю его сюда, поскольку эту книжку можно использовать как на экспозиции, так и дома. Речь идет об издании «Цвет», подготовленном Образовательным отделом Музея королевы Софии в Мадриде<sup>11</sup>. У нее оригинальный формат: обложка представляет собой одновременно и информацию о произведениях, объединенных общей темой цвета, и план залов, на котором остановки обозначены маленькими репродукциями работ, а также краткими комментариями или вопросами, которые «держат» логику маршрута. На полях обложки даны краткие советы родителям по работе с путеводителем, творческие идеи для выполнения дома, ссылка на сайт музея и адрес для обратной связи.

Интересен и дизайн плана: плавная дорожка маршрута бежит от одного произведения к другому, останавливаясь в «пузырях» с вопросами или графиче-

<sup>10</sup> Серия «Salut l'artiste», авторы серии Girardet S., Salas N. В серии вышли книги о К. Моне, Леонардо да Винчи, П. Гогене, М. Шагале и других мастерах. Издательство Reunion des musees nationaux, Paris при участии Musee en herbe, 2001—2004 гг.

<sup>11</sup> Галкина Н. В., Жвитиашвили Н. Ю. Путешествие улитки. СПб.: Palace editions, 2001.

ческих мини-рамочках для собственных рисунков ребенка. Следует отметить, что план местонахождения экспонатов отнюдь не лишней, если в маршруте задействованы предметы, выставленные в разных залах, однако, если вы знаете, что в музее регулярно происходит смена экспозиции, лучше обойтись без него, дабы не ставить в тупик посетителей — в прямом и переносном смысле фразы.

Внутри обложки путеводителя скрывается рабочая тетрадь, задания в которой предлагается выполнять дома, однако никто не мешает начать это делать прямо в музее (если у посетителей оказались с собой цветные карандаши). Тетрадь отпечатана на плотной, но не глянцевой бумаге, что позволяет рисовать непосредственно на страницах. Все задания в той или иной манере раскрывают тему путеводителя: предлагается подобрать каждому цвету определенное настроение; создать «картину без красок», вырезая и наклеивая формы из листов яркой цветной бумаги; нарисовать картину одним цветом; создать цветовую схему натюрморта, закрашивая фрагменты прорисовки в соответствии с номерами на них, обозначающими определенный цвет; выбрать фон для собственного автопортрета.

Среди тематических книг часто встречаются **интерактивные**. Это объемные издания, не обязательно большого формата, но всегда с толстым корешком. Здесь традиционные «плоские» страницы с текстом и иллюстрациями заменяются самыми разнообразными развлечениями. На разворотах книги читателя встречают объемные или выдвигающиеся фигуры, открывающиеся окошки, наклейки, игры; раскладывающиеся по принципу рор-уп объемные изображения домов, замков, пирамид или кораблей и т. д. В таких книгах используется бумага различной плотности и фактуры, передающая поверхность предметов (прозрачное стекло в витражах или шершавый камень) либо сделанная «под старину» — в конвертах могут быть спрятаны «оригинальные» письма от исторических персонажей (обычно они напечатаны на состаренной бумаге рукописным шрифтом). В качестве примера можно привести книгу «Путешествие улитки», изданную при участии Русского музея<sup>12</sup> — прекрасную как по форме, так и по содержанию. Путешествуя вместе с любознательной Улиткой по страницам этой книги, можно многое узнать об истории искусства, а заодно выполнить различные задания и провести эксперименты — составить натюрморт из вырезанных предметов, сложить пазл, заставить скульптуру двигаться и менять форму, сложить фигурку оригами, разгадать египетские иероглифы с помощью специального дешифратора, заглянуть в пещеру первобытного человека. Очень важно, что ребенок, взаимодействуя с такой книгой, имеет возможность переключиться с чисто зрительного канала восприятия (чтения, рассматривания иллюстраций) на тактильный, телесный.

Это не только дает отдых разуму и глазам (ведь наша целевая аудитория — еще только начинающие читатели, да и музейная информация для них в основном нова и непривычна), но включает воображение и творческий подход: книга о необычном, прекрасном должна и выглядеть соответственно!

Постепенно мы подошли к виду изданий, используемых непосредственно на экспозиции, — **детским путеводителям**. Бывает, что путеводители издаются музеем к определенной выставке или в качестве поддержки новой программы для семейной аудитории.

В данной статье я не буду рассматривать игровые путеводители (или листки активности), особенность которых в краткости текстов и ориентации на письменный диалог с ребенком (о них подробнее см. статью С. Пантюхиной в настоящем сборнике). Я же сосредоточусь на «**содержательных**» **путеводителях**, которые представляют собой мини-книжки для использования непосредственно на экспозиции. Правда, в этой области существует множество вариаций, а также часто присутствует смешение видов и жанров, которое не всегда на пользу. Если путеводитель превращается в книгу для чтения<sup>13</sup>, то есть в нем слишком много текста, и текст этот подчинен скорее логике повествования, чем осмотра, то становится непонятно, где и как его читать. Ведь для внимательного чтения нужно время и подходящее место, а не движение по залам музея. При этом в тексте может описываться маршрут движения по залам и даже могут упоминаться скамейки, на которые можно присесть, читая ту или иную главу, однако вряд ли погруженный в чтение ребенок сумеет заметить что-либо в залах. Понятно желание музейного специалиста сказать как можно больше красивых слов о «храме муз», но будет ли ребенок воспринимать историю коллекции и другую общую, далекую от его интересов и непосредственных визуальных впечатлений информацию? Такое издание имеет право быть, но называть его следует соответственно формату — книгой для чтения. В путеводителе по Русскому музею хотелось бы отметить удачный прием, пригодный для изданий практически любого жанра — словарь на полях. У ссылок и разъяснений, находящихся непосредственно рядом с текстом, гораздо больше шансов быть замеченными и прочитанными ребенком, чем у тех, что скромно притаились на последней странице. Придумывая объяснения терминов, автору следует быть очень внимательным: понятия, которые невозможно истолковать простым языком, лучше вообще исключить из текста, предназначенного ребенку, чем писать толкования, требующие дополнительных разъяснений.

Бывают и удачные примеры смешения жанров в детских музейных изданиях — например, книга «О чем рассказали древнегреческие вазы», подго-

<sup>12</sup> Галкина Н. В., Жвиташвили Н. Ю. Путешествие улитки. СПб.: Palace editions, 2001.

<sup>13</sup> В качестве примера можно привести путеводитель по Русскому музею для младших школьников «Ты пришел в музей» (автор Н. Соколова). Самара: Агни, 2003.

товленная сотрудниками ГМИИ им. А. С. Пушкина<sup>14</sup>. Она пригодна для домашнего чтения до или после посещения музея, но с ней можно ходить и по экспозиции, поскольку текст разбит на маленькие фрагменты, которые легко

Кто-то скептически заметил:

— Подумаешь, серьезные беседы... После выпитого вина какие умные слова можно произнести!

— Боги! Кто же пил неразбавленное вино! — возмутился кратер. — Я же рассказывал, что настоящие греки всегда смешивали вино с водой, и я, кратер, как раз служил для этих целей: в меня наливали одну амфору вина и три амфоры воды, а иногда и больше.

— Для охлаждения вина, — хрипловатым простуженным голосом добавил псиктер, — в кратер опускали меня, особый сосуд-холодильник, наполненный холодной водой или льдом.

— А затем, — присоединился к беседующим ковшик-киаф, — мною черпали охлажденное вино из кратера и разливали по чашам.



Слуга стоит перед большим кратером, в который опущен псиктер. В руках у слуги скифос и бронзовый черпак с длинной ручкой — киаф.



Тулово псиктера похоже на большую луковицу, стоящую на высокой круглой ножке. Именно в «луковицу» наливали холодную воду или клали кусочки льда.

прочитать даже стоя, и привязан к определенным экспонатам, которые можно найти по репродукциям. В то же время в книге есть много дополнитель-

<sup>14</sup> Захарова И. В., Тугушева О. В. О чем рассказали древнегреческие вазы. М.: Художник и книга, 2006.

ных иллюстраций, раскрывающих избранную тему с помощью предметов из коллекций других музеев. Кроме того, дополнительная иллюстрация в путеводителе может помочь зрителю мысленно объединить предметы в экспозиции в единый смысловой комплекс, понять связи между ними, узнать технологию их создания или способы использования.

Также здесь есть творческие задания, которые можно выполнить как дома, так и в музее, если захватить с собой карандаш (например, продолжить орнамент, придумать узор на сосуде, раскрасить прорисовку росписи с вазы как чернофигурную или краснофигурную).

Путеводитель-книга может не только содержать задания типа «нарисуй», «раскрась», «сочини историю» (в результате выполнения которых получается произведение, остающееся на странице путеводителя), но и предлагать творческие наборы, используя которые, ребенок может сделать эффективное воспроизведение какого-либо экспоната. Например, это может быть поле большого формата, дополненное набором наклеек, с помощью которых ребенок создает собственную композицию<sup>15</sup>. Такое произведение может стать подарком близким, ценным воспоминанием о посещении музея и даже «призом» за пройденный маршрут. Кроме того, подобные привлекательные «инструменты» мотивируют на творчество даже уставших в конце пути детей или тех, кто считает, что не умеет рисовать.

Возвращаясь к дизайну путеводителей, отмечу, что иллюстрациями (а обычно, в отличие от листов активности, путеводители книжного типа — это красочные издания с полноцветной печатью) могут быть как фотографии экспонатов или зданий (например, это целесообразно в путеводителе по заповеднику «Царицыно», на огромной территории которого фотографии архитектуры выполняют навигационную роль), но часто более верно использование рисунков, отражающих и дополняющих смысл и стиль путеводителя<sup>16</sup>. Хорошо, если рисунки «работают», являются завуалированными подсказками к заданиям. Пример иллюстраций, которые, с одной стороны, помогают отвечать на вопросы и находить нужные экспонаты, а с другой стороны, не являются их фотографическими репродукциями, можно увидеть в тематических путеводителях по Эрмитажу<sup>17</sup>. Иллюстрации могут помочь и в заданиях на ассоциативное сравнение — как, например, в задании выяснить, напоминают ли очертания вооружения рыцаря какое-то животное,

<sup>15</sup> Например, «шпалеру» в путеводителе Лившиц Л. Я. По следам охотников. СПб.: Государственный Эрмитаж, 2003. Художник и книга, 2006.

<sup>16</sup> Куркина Л. Н. Дворцовый ансамбль Царицыно. Путеводитель для родителей и детей. М.: Трэвел-дизайн, 2008.

<sup>17</sup> Кроллау Н. Е. Поохотимся в Китае. СПб.: Государственный Эрмитаж, 2003; Лившиц Л. Я. По следам охотников. СПб.: Государственный Эрмитаж, 2003.

**ЗАДАНИЕ:** Дорисуй орнамент парашюта Третьего Кавалерского корпуса.



**ЗАДАНИЕ:** Рассмотрите элементы украшений Большого моста через Овраг; раскрасьте те, которые ты нашёл на его стене.



если смотреть на него сверху<sup>18</sup>. Следует отметить, что иногда иллюстрированный путеводитель предоставляет уникальные возможности — например, рассмотреть предмет с иного ракурса<sup>19</sup> или показать на иллюстрациях сложную технологию — изготовления витража или керамики, гравюры<sup>20</sup>. В путеводителе можно поместить иллюстрации для сравнения — например, облика жителя Египта на фаюмском портрете и на рисунке — реконструкции художника-антрополога<sup>21</sup>. Сориентироваться в датах создания произведений поможет нарисованная шкала времени, на которой можно отметить графически эти даты.

Фотографические иллюстрации могут оказаться полезными, например, чтобы сравнить экспонат с другими аналогичными предметами или с при-

<sup>18</sup> Путеводитель «Let's look at armor» Музея Метрополитен.

<sup>19</sup> Путеводитель «Hunting for dragons» Британского музея, 2005 г.

<sup>20</sup> Путеводитель «Let's look at stained glass» Музея Метрополитен.

<sup>21</sup> Путеводитель «Mysterious Mummies» Музея Метрополитен.

родными явлениями, не представленными в экспозиции<sup>22</sup>, а убрав с фото определенную деталь (например, показав статую без прически), мы можем сконцентрировать внимание зрителя на ней<sup>23</sup>. Картинка в путеводителе в какой-то мере становится «собственностью» зрителя, зачастую с ней легче взаимодействовать, чем с оригинальным предметом и чувствовать себя при этом уверенно и свободно, ведь иллюстрацию можно раскрасить, дорисовать и даже перевернуть вверх ногами — иногда такая необычная точка зрения помогает открыть в произведении новые смыслы<sup>24</sup>.

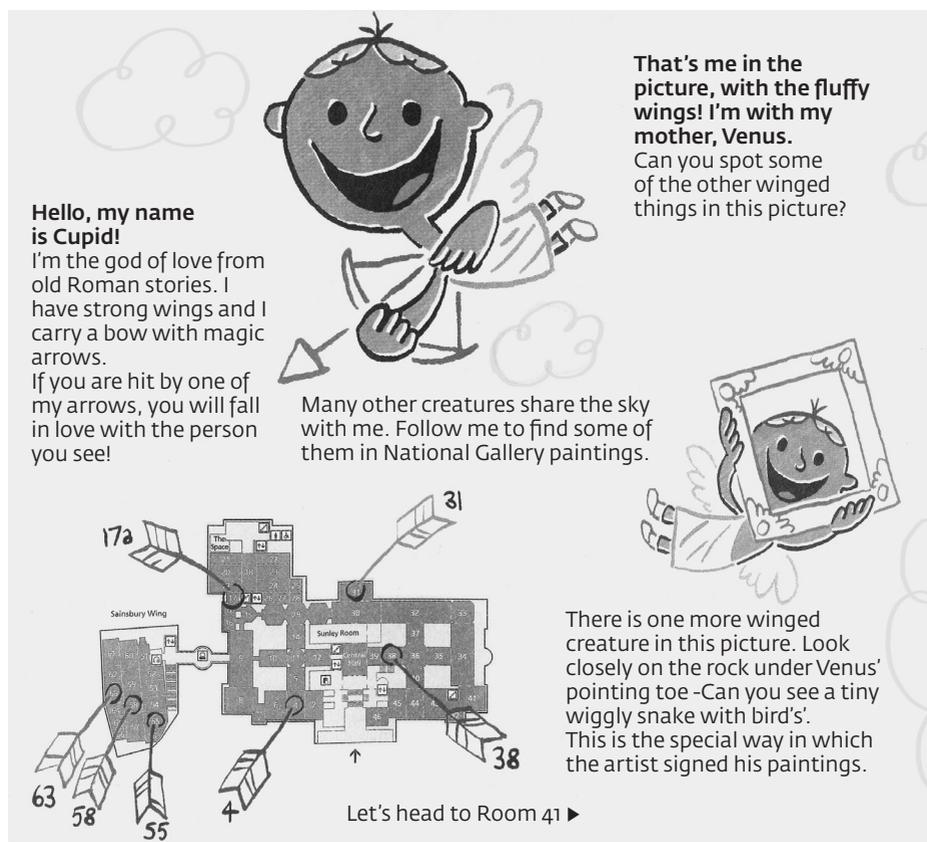
Путеводитель, подобно книге для совместного чтения или каталогу, может быть подразделен на определенные темы. Например, детский путеводитель по Музею Прадо в Мадриде<sup>25</sup> состоит из 8 раскладывающихся страниц (в сложенном виде они помещаются в книжечку карманного формата), каждая из которых посвящена определенному сюжету или жанру живописи — королевская семья, Святое семейство, бытовой жанр, воины, игра и отдых и т. д. И хотя дизайн издания яркий и интересный, а текст — достаточно краткий и написан в легкой для детского восприятия манере, чувствуется, что над книгой работали не музейные сотрудники (путеводитель создан при участии искусствоведов и специалистов по раннему обучению из The Bank Street College of Education в Нью-Йорке). В отличие от книги (к которой читатель обращается в любое свободное время и которую при желании может листать хоть с конца) к путеводителю применим старинный сценический закон трех единств — единства времени, места и действия. Необходимо, чтобы эти темы «ложились» на маршрут и соответствовали залам музея, в которых посетитель оказывается в определенный момент. А в путеводителе по Музею Прадо не только нет плана и не указано расположение описываемых экспонатов в залах музея, но они «надерганы» из совершенно разных эпох и стран (при том что экспозиция музея построена по классическому хронологическому принципу). Учитывая масштаб данного музея (около сотни залов, расположенных на трех этажах), ясно, что ни одну тему ребенок по сути не сможет посмотреть от начала до конца за одно посещение.

<sup>22</sup> Жвитиашвили Н. Ю., Метеличенко Г. В. Музей Людвига в Русском музее. Человек в искусстве XX в. СПб., 2007. С. 4-5, 8-9.

<sup>23</sup> Путеводитель «Travelling in time» Британского музея, 2008 г.

<sup>24</sup> Путеводитель «Hunting for dragons» Британского музея, 2005 г.

<sup>25</sup> Richardson S. The Prado. Family fold-out guide. Scala Publishers Ltd, 2005.<sup>26</sup> Animals in the Gallery. National Gallery of Canada.



Удачным примером тематического издания можно назвать путеводитель по Национальной галерее в Оттаве<sup>26</sup>. Произведения, посвященные единой теме животного мира, не только обозначены на прилагающемся плане, но и удобно расположены в залах, следующих друг за другом. При этом единой логике подчиняются и задания в путеводителе, которые усложняются по мере движения по экспозиции. Если в начале от ребенка требуется просто увидеть картину, рассмотреть или сосчитать детали, то позже в произведении уже нужно «прочитать» технологические особенности, «отклики» исторических или легендарных событий, а в конце экскурсии маленькому посетителю предлагается почувствовать эмоцию изображения, уловить на-

<sup>26</sup> Animals in the Gallery. National Gallery of Canada.

строение, самому вжиться в какой-либо образ и, наконец, создать собственный шедевр.

Книга и даже путеводитель — это не только то, что встречает ребенка в музее, но и то, что он уносит домой. Вообще, чем больше ребенок заберет с собой из музея, тем лучше — и для нас и для него. Что же кроме сказок, историй и каталога с иллюстрациями можно унести домой? Это могут быть книги с заданиями, загадками и задачками. Обычно они связаны не столько с конкретными экспонатами, сколько с определенной темой — например, историей древней страны или края, поэтому такие задания не обязательно выполнять на экспозиции. Задания могут быть снабжены историческим комментарием, а могут быть и сами по себе (разумеется, некий текст с объяснением самого задания все равно необходим).

Иногда задания бывают однотипными (например, только раскраски<sup>27</sup>), но все же лучше их разнообразить. Примерами широкого разнообразия заданий могут служить издания «Заморочки», выпущенное музеем-заповедником «Куликово поле»<sup>28</sup>, и «Игры Греции», подготовленное Объединением национальных музеев Франции<sup>29</sup>. В первом примере есть исторические задачи на вычисление дат, задания на внимание — пройди лабиринт, сосчитай одинаковые символы в таблице, запомни изображенные предметы и напиши их названия, не глядя на рисунок, распутай пояса; загадки, анаграммы, слова-матрешки, сканворды, ребусы, закончи предложение (поговорку) подходящим словом и другие задания со словами; задания на историческую интуицию: отличи древние предметы от современных (или более сложное — распредели предметы по принадлежности к определенной культуре), «одень» исторических персонажей. В «Играх Греции» множество вариантов графических загадок, заданий на зрительное внимание и работу с прорисовками экспонатов — дорисуй, собери из фрагментов, найди лишнее, раскрась и т. п. На развороте может быть помещено поле для настольной игры с фишками или кубиками.

Однако самое приятное для ребенка — унести из музея не книжку, а какую-нибудь вещь! И, как ни странно, мы, музейные сотрудники, можем осуществить это заветное желание, предложив в качестве «полезного» сувенира различные настольные игры и наборы для творчества. Здесь существует масса вариаций. Примеры настольных игр, которые могут иметь музейную

<sup>27</sup> Kulig M. Malspaziergang durch's Museum. Berlin: Westermann Druck Zwickau, 2009.

<sup>28</sup> Richardson S. The Prado. Family fold-out guide. Scala Publishers Ltd, 2005.

<sup>29</sup> Animals in the Gallery. National Gallery of Canada.

<sup>30</sup> Например, Бялик В. Времена года (Государственная Третьяковская галерея). М.: Московская мозаика; Русские и зарубежные художники (серия «Познавательная игротка»). СПб.: Творческая мастерская.

тематику: лото<sup>30</sup>, парочки<sup>31</sup>, игры с кубиком или фишками, реконструкции исторических игр (например, древнеегипетской игры «сенет»), пазлы, ролевые игры типа «раскопки»<sup>32</sup>, наборы юного химика, геолога, дизайнера (это, правда, уже не относится к печатным изданиям). Что касается наборов для творчества, то тут вариантов существует еще больше: вырезание и бумажное конструирование (например, одень бумажную куклу в исторический костюм<sup>33</sup>, собери из картонных деталей динозавра, замок или корабль), наборы для прикладного творчества разных видов — мозаики, фрески, отливки из гипса либо карточки с творческими заданиями<sup>34</sup>, иллюстрирующими технику или стиль какого-либо художника (на каждой такой карточке целесообразно поместить с одной стороны фото экспоната, с другой — информацию о нем и идею, как это можно повторить в домашних условиях).

Следующий вид изданий — периодические. Многие музеи выпускают журналы или газеты для своей юной аудитории. Не обязательно выпускать журнал часто — он может выходить, например, раз в квартал. В периодическом издании могут соседствовать практически все жанры, о которых мы говорили ранее. Там может быть репортаж, интервью с сотрудниками, рубрика «тайна экспоната», анонс выставок, история или сказка, игра, творческое задание — всего понемногу. Это вид печатного издания, в котором легче всего использовать бесприоритетный козырь — привлечь посетителей к музейной работе, то есть дети могут писать для детей. Это могут быть либо постоянные «сотрудники» редакции (например, участники кружка при музее), либо можно использовать отзывы, комментарии, рисунки детей посетивших музей самостоятельно или в рамках какой-либо программы или акции.

Музейное издание может рассказывать ребенку не только об экспонатах в залах, но и о закулисной жизни музея, знакомить с музейной работой, специфическими профессиями. Хороший пример — периодическое издание «Ларец», выходящее в Сахалинском областном художественном музее<sup>35</sup>. Журнал разделен на несколько рубрик — введение для родителей (в каждом выпуске «Ларца» с родителями обсуждается новая тема: например,

как развить творческие способности ребенка в занятиях рисованием или как правильно организовать первое посещение музея с малышом), галерея детских работ, выполненных учащимися студии при музее или присланных читателями журнала; сюжетная часть — «экскурсия» по музею (она может проходить в сопровождении рисованных или сфотографированных персонажей, которые «берут интервью» у различных участников музейной жизни), «музейная сказка» и «записная книжка» — глоссарий новых слов. Журнал проводит викторину — «Интеллектуальный банк», отвечая на вопросы которой, ребенок накапливает игровые деньги — «лары», а главным призом служат работы местных художников, тех самых, с которыми читатель познакомился на страницах журнала.

Дизайн третьего выпуска «Ларца» решен в виде комикса с использованием фотографического фона. Герой журнала — не слишком осведомленный в музейных делах, зато обаятельный и раскрепощенный подросток по имени Ларик. Его рисованная черно-белая фигурка появляется на фоне интерьеров различных служебных помещений музея — хранения, реставрационной мастерской и т. п. Ларик вступает в диалог (подобно тому, как это рисуется в комиксах, реплики персонажей здесь напечатаны в «облачках») с музейными специалистами и даже попадает в мастерские художников. Все герои, с которыми контактирует Ларик, — не рисованные персонажи, а наши современники, живые люди, с которыми можно повстречаться в залах музея, а работы которых увидеть на выставках. Этот аспект очень важен, особенно если издание рассчитано на подростков: реальная, взрослая жизнь для них уже гораздо интереснее, чем сказки и фантастические персонажи.

Следует учесть, что любое из перечисленных мною изданий (даже игры) может существовать и онлайн — либо параллельно, либо вместо собственно печатного издания. Например, детский журнал Музея Метрополитен «MuseumKIDS» можно читать на сайте<sup>36</sup>.

В конце данного обзора рассмотрим самые «легкие» по формату музейные издания — буклеты и планы залов.

Детские музейные буклеты чаще всего являются калькой со взрослых буклетов, и поэтому их сложно назвать удачными. В качестве примера рассмотрим буклеты, изданные Эрмитажем и посвященные различным разделам экспозиции<sup>37</sup>. В буклете обычно присутствует план залов, а также информация для посетителей (часы работы, адрес, контакты музея), то есть та инфор-

<sup>31</sup> Например, *Jeu de 7 familles. La Couleur*. Paris: Editions de la Reunion des musees nationaux или *Memoire des Peintres*. Paris: Raftet design.

<sup>32</sup> Например, *Archeo-Ludic. L’Egypte antique (Cite des sciences & de l’industrie, Paris)*.

<sup>33</sup> Такой набор, состоящий фактически из пары листов плотной бумаги, предлагает своим юным посетителям Тульский краеведческий музей.

<sup>34</sup> Такие наборы были изданы, например, Галереей Тейт в Лондоне, Центром современного искусства «Гараж» в Москве

<sup>35</sup> Турманова З. Ларец. Путеводитель-пособие для семейного чтения. Вып. 1, 3. Сахалин: Сахалинское книжное издательство, 1996, 2001.

<sup>36</sup> Выпуски журнала «MuseumKIDS». <http://www.metmuseum.org/learn/for-kids/family-guides>.

<sup>37</sup> Давыдова Л. И., Молдованова С. С. Древняя Греция; Дюбанова И. В. Древний Рим; Атаманова О. Ю, Воробьева Н. Н. Древний Египет; Атаманова О. Ю. Скифы; Шостак Л. Я. Нидерланды. СПб.: Государственный Эрмитаж, 2001—2007.

мация, которую сейчас обычно можно получить на сайте музея, в электронных киосках или на стендах. В отличие от путеводителя, в буклетах нет маршрута, единой логики движения. Игровая составляющая минимизирована и сведена к кроссвордам и заданиям типа «выбери правильное» (при этом ответы на вопросы можно найти и вне экспозиции). Таким образом, это издание по содержанию больше всего напоминает тематическую книгу, но в очень урезанном варианте и, учитывая характер нашей целевой аудитории, сильно проигрывает игровому путеводителю.

План залов также может быть ориентирован на семейного посетителя, если на нем обозначены самые интересные для детей экспонаты<sup>38</sup> или экспонаты, соответствующие определенной теме. Тема может быть самой простой: например, герой путеводителя по Лондонской Национальной галерее, Амур, предлагает найти произведения, на которых изображены крылатые существа<sup>39</sup>. Детский план обычно дополнен рисунками, изображением персонажа (в данном случае шаловливого Амура, стрелами которого на плане обозначены произведения, входящие в маршрут).

Напоследок упомяну о еще одном виде изданий, достаточно специфическом, но актуальном в деятельности многих музеев, — это **рабочая тетрадь**<sup>40</sup>. По содержанию она обычно представляет собой нечто среднее между путеводителем и книгой с заданиями. Вместо тетради могут использоваться и отдельные листы с заданиями (обычно также формата А4, с которого учитель при необходимости может легко сделать копию). Рабочая тетрадь — это специфически школьный вид издания, его целевая аудитория — учителя и их ученики. Это издания, в которых основное — не экспозиция какого-либо музея, а учебная программа. Ссылки, изображения экспонатов и задания по ним присутствуют в рабочей тетради, но содержание ее строится исходя не из музейных, а из педагогических задач. Поэтому рабочая тетрадь обычно является частью комплекта методических материалов, которые музей предлагает учителям наряду с книгой для чтения и методическим пособием.

Типы заданий здесь напоминают школьные учебники и хрестоматии — решить кроссворд, исправить ошибки в историческом рассказе, сочинить миф по данному алгоритму. Задания часто имеют более серьезный характер,

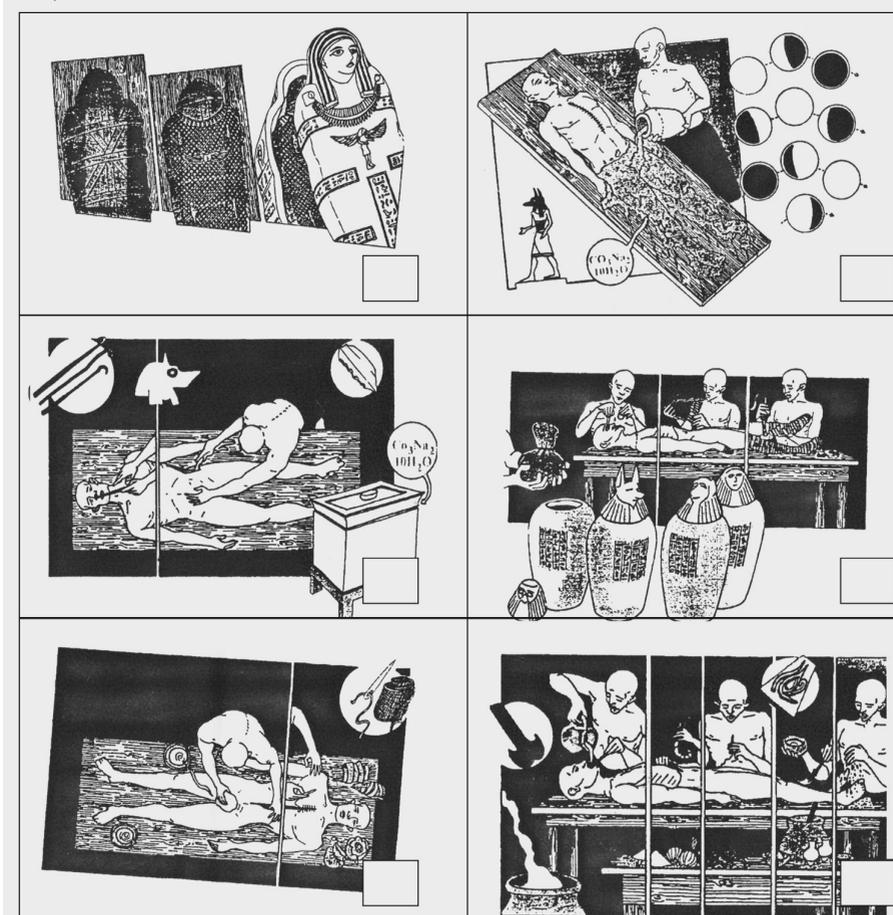
<sup>38</sup> Например, Family Map и Kid's Pics в Музее Метрополитен. <http://www.metmuseum.org/learn/for-kids>.

<sup>39</sup> Winged things. A trail for children of all ages. The National Gallery of London.

<sup>40</sup> Такие пособия издавались, например, Русским музеем, Кунсткамерой, Музеями Московского Кремля, Карельским государственным краеведческим музеем.

<sup>41</sup> Рабочие тетради «Mosaicos Romanos» и «La momia De Nespamedu» (Национальный археологический музей, Мадрид).

### CAJÓN “DE SASTRE”



Alguien ha descolocado estos dibujos que ilustran el proceso de momificación, y ahora no sabemos cual es su orden. ¿Puedes ayudarnos?, coloca un número a su lado, según el orden que creas le corresponde.

чем в путеводителях — юмору здесь обычно нет места! Ребенку предлагаются «научные» задачи: например, подписать названия археологических слоев или расположить в верном порядке стадии процесса мумификации<sup>41</sup>. В конце тетради чаще всего даны ответы на вопросы, либо они написаны в методическом пособии для учителя.

В завершение хотелось бы сказать несколько слов о совершенно иных, не печатных изданиях, которые в российских музеях пока не встречаются (но, возможно, именно моим уважаемым читателям предстоит исправить эту ситуацию), — это аудио- и мультимедиагиды для детей.

Аудиогид чаще приравнивают к экскурсоводу, чем к путеводителю. Это не совсем верно, поскольку хотя, конечно, ничто не заменит живого общения с музейным специалистом, у аудиогидов есть преимущества перед стандартной экскурсией (кроме того, важно помнить, что аудиогид ни в коем случае не должен быть просто аудиокопией групповой экскурсии). Эти преимущества таковы.

Во-первых, аудиоэкскурсию легко сделать театрализованной — вести юного посетителя по залам музея, задавать ему вопросы, общаться с ним может другой ребенок либо персонаж — так же как в игровом путеводителе.

Во-вторых, как и с путеводителем, с аудиогидом ребенок сам выбирает темп, а иногда и маршрут осмотра музея.

В-третьих, аудиогид дает безграничные возможности звукового сопровождения экспозиции: это не только монолог и диалог, как в обычной экскурсии, но и различные звуковые эффекты, звуки природы, музыка, возможность разыгрывать целые спектакли. Приемов существует довольно много, но мы не будем в это углубляться в рамках данной статьи, а перейдем к следующему виду музейного издания, возможностей у которого еще больше, — **мультимедиагиду**.

Здесь к звуку добавляется еще и изображение. Музейные специалисты спорят о его уместности непосредственно на экспозиции, особенно в художественном музее, однако можно с уверенностью сказать, что если визуальный ряд тщательно продуман, то он не только не отвлекает от созерцания подлинника, но и помогает зрителю находить новые смыслы в произведении, познавать его на более глубоком уровне.

Другое преимущество мультимедиа — интерактивность. Если в аудиогиде максимум, что может пользователь, это перейти к другому аудиофрагменту или изменить уровень звука, то в мультимедиа можно практически все: выбрать персонажа, с которым ты хочешь осмотреть музей, или самому стать каким-то персонажем и включиться в игру, отобрать экспонаты для осмотра по определенной теме или другому критерию, легко сориентироваться в залах благодаря встроенному навигатору, получить информацию через разные каналы восприятия — зрение, слух, движение; посмотреть видеоинтервью с автором произведения или фильм о технологии создания или бытовании предмета, написать комментарии к произведениям, сделать фото и даже выложить их в интернет (если в музее есть Wi-Fi-зона), пообщаться с другими посетителями музея, порисовать. Таким образом, мультимедиа технологии создают условия для разнонаправленной коммуникации: музей — зритель,

зритель — предмет, зритель — другой зритель, зритель — окружающее (вне-музейное) пространство.

Возможно, сейчас подобные приспособления в музеях выглядят чем-то из области фантастики, но таково наше недалекое будущее. И, может быть, музеям вместо тотальной компьютеризации, установки дорогих электронных киосков и компьютерных классов в детских центрах стоило бы обратить свое внимание и направить средства на более мобильные, интерактивные и человеко-ориентированные устройства.

В заключение данного обзора хотелось бы отметить, что хотя музейных изданий для детей с каждым годом становится все больше, в том числе и в российских музеях (и это само по себе не может не радовать), но далеко не все они в полной мере отвечают тем высоким запросам, которые предъявляют нам юные посетители. Качественный (но не обязательно дорогой) дизайн, краткий и увлекательный текст, понимание особенностей той возрастной группы, на которую ориентируется издание, интерактивность — вот критерии, которыми стоит руководствоваться при подготовке очередного издания. Автор надеется, что после прочтения коллегами этой статьи виды изданий, их жанровые особенности и «секреты изготовления» станут более понятны и смогут быть использованы на практике.

# Игровой путеводитель по музею. Практические рекомендации составителям Софья Пантюлина

Традиционно музейная экспозиция определяется как основная форма музейной коммуникации. Однако насколько легко посетитель может вступить в диалог с музейным предметом? Читать и воспринять не только фактическую информацию, заложенную в экспозиции, но и вступить в эмоциональную связь с предметами? Очень часто разобраться самостоятельно в экспозиции большинства музеев человеку неподготовленному крайне сложно, особенно если речь идет о детях. Помощниками в этом непростом деле освоения музейной экспозиции являются путеводители.

Существует несколько основных типов печатных путеводителей по музею. Самый распространенный, а потому самый известный из них представляет собой «книгу для чтения», содержащую подробную информацию о самых интересных и важных предметах в экспозиции музея. Подобный путеводитель в большинстве случаев рассчитан на взрослую аудиторию, его можно изучать как на экспозиции, так и находясь за ее пределами. В музеях встречаются также комбинированные путеводители, включающие «детскую» и «взрослую» часть. «Детская часть» может представлять собой карту с нанесенными на нее экспонатами, предназначенными для поиска, в то время как «взрослая часть» содержит очень краткую необходимую информацию об этих предметах, а также методические рекомендации о том, как лучше, с помощью каких единичных вопросов и заданий представить тот или иной экспонат ребенку. И, наконец, третий основной тип путеводителя для детей с родителями, о котором и пойдет речь в данной статье, — это *игровой путеводитель* по музею. С таким путеводителем возможно работать только на экспозиции музея, поскольку он подразумевает тесное общение с экспонатами при помощи строго продуманной последовательности и характера вопросов и заданий.

Основная задача *детского игрового путеводителя* — стимулировать самостоятельное открытие, исследование, совершаемое ребенком, предоставить ребенку возможность самому находить нужную информацию, рассматривая предмет, читая этикетку к нему, сравнивая экспонаты, описывая и анализируя их. Он предлагает посетителю вступить в диалог с экспозицией и быть активным, следуя принципам «я действую, думаю, принимаю решения»<sup>1</sup>. И в этом диалоге ответ ребенка в виде текста, рисунка, движения, эмоции важнее, чем количество поданной текстовой информации.

Хорошо продуманные путеводители пользуются большим успехом у детей, поскольку превращают пространство любого музея в пространство игры. Они создают в голове у ребенка положительный образ музея: здесь тебе рады, здесь можно делать то, что ты любишь, — играть, совершать открытия, рисовать, разговаривать, смеяться. Здесь интересно, увлекательно и любопытно. В свою очередь и для родителей опыт самостоятельного посещения музея вместе с ребенком с помощью игрового путеводителя очень полезен. В ходе совместной работы над заданиями путеводителя приходит понимание того, какие вопросы можно задавать ребенку в той или иной ситуации. А благодаря продуманной последовательности вопросов и разнообразию заданий они получают также навык общения с музейной экспозицией, с музейным предметом, навык полезный в том числе в их собственной жизни.

Разработка и написание игрового путеводителя — дело очень кропотливое, непростое, требующее большого терпения, внимательности, а порой и беспощадности. Далее следуют практические советы тем, кто собирается окунуться в этот процесс.

## Начало

Что является точкой старта для будущего автора путеводителя? Разговор. Перед тем, как приступить к работе над игровым путеводителем, очень важно честно поговорить с самим собой. И чем откровеннее вы будете в этом разговоре, тем лучше. Насколько вам знакома и понятна экспозиция своего музея? Можете ли вы ясно сформулировать основные идеи, заложенные в ней? Что вы знаете о конкретных экспонатах? Какая фактическая, историческая, контекстная информация вам известна? От искренних ответов на эти вопросы во многом зависит успех путеводителя. Прекрасно, если вы чувствуете определенную долю уверенности в себе, но даже и в этом случае поговорите, посоветуйтесь с коллегами. Возможно, они вспомнят забытый вами любопытный факт или заманчивую историю.

На начальном этапе очень важно определиться с адресатом вашего путеводителя. Для кого вы составляете путеводитель? От понимания возрастных особенностей адресата зависят как содержание путеводителя, так и характер заданий, а также языковые особенности и стиливые черты текста. Путеводитель, написанный для всех посетителей, фактически не написан ни для кого.

Помимо возрастных особенностей посетителей необходимо помнить, что с вашим путеводителем будут работать очень разные люди: по возрасту

<sup>1</sup> Юхневич М. Ю. Музейный путеводитель: как это делается в России (тезисы) // Сборник статей «Игра-путешествие “Я иду искать” — партнерский проект петербургских музеев». СПб, 2007. С. 29-31.

и росту, привычкам и увлечениям, самочувствию и настроению. К тому же сознание этих посетителей не сфокусировано на вашем путеводителе и тексте в нем. Чаще всего оно занято собственными заботами. Не правда ли, вы не поглощены полностью текстом этой статьи, а думаете еще о чем-то своем, насущном? И одна из самых непростых задач, которую вам предстоит решить, — достучаться до сознания посетителя, чем бы оно ни было занято в данный момент.

### Анализ экспозиции

Довелось ли вам заглянуть в какой-нибудь музей в свой последний отпуск? А в каком музее своего родного города вы были недавно просто так, обычным посетителем, а не на конференции, открытии выставки, семинаре и любом другом профессиональном мероприятии? Вспомните тот день и те ощущения, когда вы на короткое время — о чудо — перестали быть музейным сотрудником и в свое удовольствие побродили по экспозиции незнакомого вам музея. Вспомнили?

А теперь попытайтесь посмотреть и на свою экспозицию глазами обычного посетителя, впервые пришедшего в ваш музей. Что значит впервые столкнуться с темой, которая вам знакома до мелочей? Какие трудности и препятствия в понимании могут возникнуть у такого человека? Пройдите по экспозиции, стараясь выбирать маршрут посетителя. На что прежде всего он обращает внимание? Какие экспонаты привлекают наибольшее внимание? Поразмышляйте над ассоциациями, вызываемыми теми или иными предметами. Но в то же время позвольте своему внутреннему голосу профессионала отметить те предметы, которые не попадают обычно в поле зрения посетителя, а между тем заслуживают его пристального внимания.

Не забывайте об этикетках и сопроводительных текстах! В отличие от музейных сотрудников посетители нередко к ним обращаются. Именно сейчас на подготовительном этапе самое время их внимательно прочитать, дабы избежать несоответствия информации в них и в вашем будущем путеводителе.

Многое в работе над путеводителем вам придется делать не раз. Так, на начальном этапе вам необходимо «вернуться» в ваш музей в роли обычного посетителя на этот раз для того, чтобы обратить внимание на все навигационные указатели. Все ли хорошо видны, особенно в ситуации большого наплыва посетителей? Что из элементов интерьера и предметов может быть использовано в качестве помощников-проводников?

### Выбор экспонатов

Когда вы окончательно определились с темой путеводителя, вас ждет следующий непростой этап — отбор экспонатов. Основной критерий — соот-

ветствие выбранной теме. Подумайте, как экспонаты могут взаимодействовать друг с другом. «Поговорите» с каждым из них: считайте все визуальные особенности предмета, подумайте, как он может быть представлен ребенку как важный и актуальный для него, какие связи и параллели с этим предметом есть в жизни ребенка. Этот «разговор» с предметом поможет вам решить одну из важных задач — как вы побудите посетителя *посмотреть* на него. Очень полезно набросать на этом этапе все возможные логические схемы и цепочки, раскрывающие основную идею вашего путеводителя. Не забывайте и об удобном, доступном для глаз расположении экспоната. Какое чувство вызовет у вас сильно бликующее стекло или же невозможность рассмотреть поближе заинтересовавший вас предмет? Если вы составляете путеводитель для детей дошкольного и младшего школьного возраста, не забывайте и об их росте. Все ли выбранные предметы в экспозиции будут им хорошо видны и доступны?

Важно помнить и о сохранности предмета. Поскольку путеводитель состоит из определенного количества письменных заданий, ребенок, как, впрочем, и взрослый посетитель, будет искать удобное место для его выполнения. Оглянитесь, не будет ли этим удобным местом какой-либо из музейных предметов или хрупкое музейное оборудование? Если подобная опасность существует, то, возможно, в этом месте будет лучшим выходом дать задание, рассчитанное на быстрое выполнение (соедини линиями, обведи правильный ответ и т. п.).

### Игра на серьезную тему

Когда путеводитель адресован юному посетителю, особенно эффективен прием создания игровой ситуации<sup>2</sup>. Главное действующее лицо путеводителя — ребенок, и его можно наделить определенной ролью (исследователя, следопыта, сыщика и т. п.). Также можно предложить помощника — игрового персонажа, который будет вести ребенка по маршруту, сообщать важную информацию, помогать выполнять задания, инициировать общение между ребенком и взрослым, провоцировать проявлять любопытство и наблюдательность и т. п.<sup>3</sup>

<sup>2</sup> Виноградов П. Н., Жвиташвили Н. Ю., Лившиц Л. Я., Юхневич М. Ю. Рекомендации по составлению детских интерактивных путеводителей для индивидуальных посетителей // Сборник статей «Игра-путешествие “Я иду искать” — партнерский проект петербургских музеев». СПб., 2007. С. 16-23.

<sup>3</sup> Подробнее о сюжете в игровом путеводителе см. Мацкевич М. В. Как поймать сюжет Музей как пространство образования: игра, диалог, культура участия М., 2012. С. 103-106.

## Больше не значит лучше

Очень часто мы сталкиваемся с распространенной ошибкой родителей: придя в музей, они стараются показать своему ребенку непременно всю экспозицию. Однако нередко авторы путеводителя грешат тем же. Их доброе намерение представить как можно больше заслуживающих внимание экспонатов и рассказать как можно больше бесспорно увлекательных историй заслуживает уважения. Но давайте вспомним, чем в подавляющем большинстве случаев заканчивается первая ситуация? Результатом такого посещения является уставший и заскучавший ребенок с калейдоскопом образов, фактов и впечатлений в голове, ведомый за руку домой расстроенным, а порой и раздраженным родителем. Знакомая ситуация? Чтобы ее избежать, вам необходим короткий, простой, ясный сюжет. Посещение музея и выполнение заданий путеводителя не должно стать для ребенка тяжелой, утомительной работой. Путеводитель может быть полностью выстроен даже вокруг одного музейного предмета. А наличие в музее нескольких удачных тематических путеводителей по разным разделам экспозиции обеспечивает также вероятность возвращения посетителей, что очень важно для любого музея.

## Задания и их последовательность

Типология заданий в игровом путеводителе достойна отдельного обзора, однако важно упомянуть о следующем. Самое главное, о чем постоянно необходимо помнить, это то, что все ваши вопросы и задания должны быть связаны с экспозицией. Избегайте вопросов на знания и эрудицию, поскольку в данном случае есть риск возникновения у ребенка чувства неуверенности, что повлечет за собой снижение его мотивации к выполнению заданий путеводителя и дальнейшему прохождению маршрута. Секрет успеха таится в вопросах и заданиях на наблюдательность и рассматривание, сравнение и анализ, размышление и оценку увиденного. Если заданные вопросы предполагают конкретные ответы, у посетителей обязательно должна быть возможность проверить ответ. Дети с большой охотой откликаются на творческие задания, на задания, выполнение которых связано с использованием воображения, а также на задания, основанные на разнообразных чувственных ощущениях (слуховых, обонятельных и особенно тактильных) и на двигательной активности. Не забывайте и о тех, кто приходит вместе с детьми в музей: провоцируйте диалог детей и родителей, а если это необходимо и уместно, то и дискуссии.

Вы не могли не заметить, сколько раз на страницах данной статьи вы сталкивались с вопросами, касающимися вашего собственного частного опыта, а также вашей профессиональной деятельности. И это неспроста. Чтобы заинтересовать посетителей, задавайте вопросы, связывающие музейный предмет с их жизнью и реальным миром, существующим за стенами музея, спрашивай-

те о том, что они знают о себе самих. В случае с подростками, а также с детьми, чей возраст приближается к подростковому, включайте в путеводитель открытые вопросы, на которые нельзя ответить «да» или «нет».

Важно тщательно продумать не только каждое отдельное задание или вопрос, но и их последовательность. Вопросы должны быть рассчитаны на зоны ближайшего развития ребенка, то есть активировать не только то, что он знает, но и чуть «забегать вперед». Они не должны быть ни чересчур сложными, ни чересчур простыми, поскольку и в том и в другом случае желание продолжать путешествие по музею с путеводителем если не пропадет вовсе, то снизится. Двигайтесь от простых, «разминочных» вопросов и заданий о самых ярких и привлекательных предметах к заданиям на углубленное исследование, анализ и заданиям на проявление чувств и эмоций, от простых понятий, близких опыту ребенка, к более сложным и даже абстрактным.

## Несколько слов о тексте

Безусловно, на страницах путеводителя сложно обойтись без текстовой информации, а порой текстовый комментарий просто необходим, чтобы объяснить тот или иной незнакомый термин, представить предмет в том или ином контексте, но спросите себя, является ли чтение текста привлекательным занятием для ребенка, занятием, доставляющим ему удовольствие, а для родителей, пришедших в музей с еще не умеющими читать детьми, которые ни минуты не стоят на одном месте? Только что вы справились с предложением, в котором 64 слова и несколько соподчиненных предложений. А сколько раз во время чтения вы «споткнулись» об очередную запятую?

Следует помнить, что вы пишете путеводитель для людей, которые читают на ходу и часто в шумном зале<sup>4</sup>. А потому ваш текст должен состоять из коротких, ясных и простых предложений. Для того чтобы достичь этого, вам придется проделать большую работу по точной настройке текста: играйте словами, фразами и предложениями до тех пор, пока каждая строка не будет удерживать внимание ребенка и одновременно заставлять его читать дальше. В конечном счете вы будете вознаграждены — текст вашего путеводителя будет выразительным и ярким. Старайтесь писать также живым, дружелюбным языком, как будто ведете любопытную беседу со своим знакомым или другом, а не излагаете некую полезную информацию условному слушателю.

Останавливайте себя каждый раз, когда почувствуете желание дать информацию, и подумайте, какое задание вы можете предложить, чтобы ребенок получил эту информацию сам. Помните, что ваша задача не изложить

<sup>4</sup> Developing Effective Family Guides (Adrienne Brusselars), <http://www.museum-ed.org>.

информацию, а лишь направить посетителей по пути, ведущему к самостоятельным открытиям и самостоятельно добытым знаниям.

### Несколько важных «НЕ»<sup>5</sup>

Не используйте специальные термины, не объясняя, что они означают.

Не сообщайте посетителям, что они думают.

Не высказывайте оценивающих суждений.

Не ссылайтесь на объекты, которых нет в экспозиции.

Не давайте описаний того, что посетитель видит сам.

Не задавайте вопросов, которые не предполагают ответов.

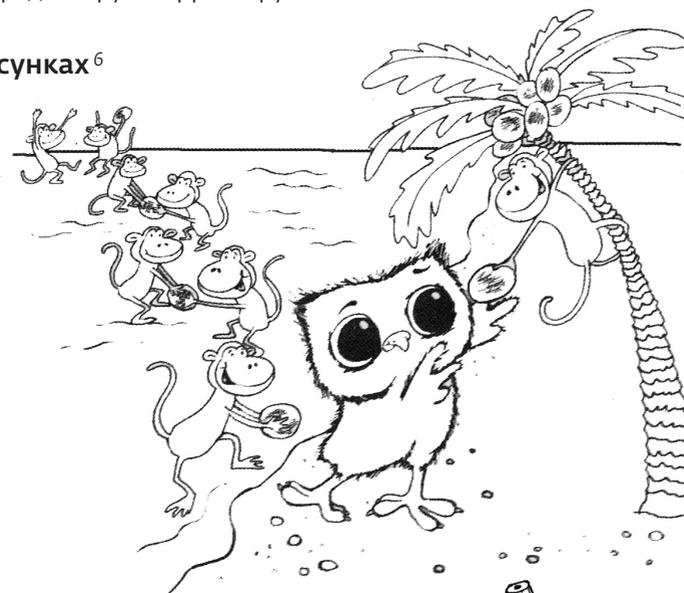
### Редактирование

Поймав вдохновение, придумывайте и пишите текст путеводителя, не пытаясь себя строго контролировать. Постоянно держите в голове лишь выбранную вами стратегическую линию и заготовленные на подготовительном этапе логические схемы. Редактируя в процессе написания, вы не сможете писать. Готовый текст отложите на какое-то время, забудьте о написанном, чтобы затем посмотреть на него свежим, ясным, незамутненным взглядом. Каким должен быть этот перерыв в работе? Сложно сказать. Кому-то хватает нескольких дней, а кому-то недостаточно и нескольких недель. Вы должны почувствовать, что Автор путеводителя, существующий внутри вас, ослаб и готов безоговорочно уступить лидерство решительному, рвущемуся к работе Редактору. Как только это произойдет, приступайте к редактированию. Обязательно делайте это в несколько этапов: сначала задумайтесь о цельности сюжета, о последовательности и характере заданий, затем постарайтесь вычеркнуть все лишние слова, сократить повествовательные фрагменты, удалить или заменить трудные и непонятные термины. Спросите себя, насколько понятны текст путеводителя и формулировка заданий? Каждое ли задание и вопрос служат раскрытию общей темы? Не повторяетесь ли вы? Насколько хорошо и подробно путеводитель позволяет познакомиться с экспонатами? Нет ли случайных вопросов, заданий, а также, что часто бывает, вскользь затронутых «случайных экспонатов»? Мысленно последовательно удаляйте текстовую информацию, а также задания и, если основная стратегическая линия при этом не рассыпается, не раздумывая, реально удаляйте этот фрагмент путеводителя.

<sup>5</sup> Developing Effective Family Guides (Adrienne Brusselars), <http://www.museum-ed.org>.

В завершении еще раз пройдитесь по всем навигационным опорным точкам. Покажите коллегам, попросите их пройти с путеводителем по экспозиции, проверьте с их помощью правильность информации в путеводителе. Попросите кого-нибудь прочитать текст путеводителя вслух. Это очень полезный прием, делающий заметными недостатки, к тому же именно это будут делать родители совсем маленьких детей. Фиксируйте все моменты, на которых чтец будет спотыкаться, — над ними еще предстоит поработать. Постарайтесь также протестировать свой путеводитель и на детях того возраста, на которых он рассчитан. И, наконец, после всего этого обязательно покажите текст редактору и корректору.

### О рисунках<sup>6</sup>



В тропиках круглый год лето. Там по побережьям, и на отдалённых островах, растут кокосовые пальмы. Найдите в витрине **плод кокоса** и решите, как он распространяется.



С помощью  
1. животных  
2. туристов  
3. воды  
4. ветра

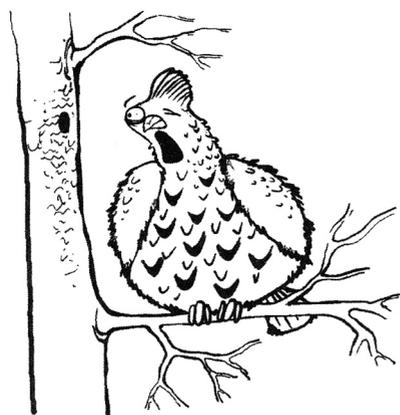
*Рисунок-подсказка также может помочь рассмотреть версии от противного и методом исключения добраться до правильного ответа.*

Художник: Юлия Лохина  
Идея: Надежда Пантюлина

<sup>6</sup> Раздел «О рисунках» написан совместно с Н. А. Пантюлиной.

Путеводитель по музею немыслим без сопроводительных рисунков. Опыт подсказывает, что и дети, и взрослые восприимчивы к изящношутливым рисункам, проще говоря, к смешным картинкам. Такие рисунки помогают создать настроение, из-за своей небуквальности они дают пищу уму, а также помогают избежать назидания и дидактики, позволяя говорить о серьезных вещах без пафоса.

Очень важна личная встреча или разговор с художником, потому что художники — люди впечатлительные. Чем лучше вам удастся передать собственные ожидания и идеи, тем точнее будет результат. Рисунки надо описывать максимально подробно и с большим количеством разнообразных характеристик и сравнений. Можно и нужно позволить придумать рисунок самому художнику, но надо задать тон, показать образцы того, что вам нравится, обсудить границы, в которых позволительно шутить.



Зима... Жизнь замерла, переживает холода, укрывшись снежным и ледяным покровом. Зимой холодно даже днём, а ночью ещё холодней. Чтобы пережить ночь, надо найти подходящее место для ночёвки. Всяк делает это по-своему. Где же находит себе приют на ночь **рябчик**?



1. На ветке.
2. В снегу.
3. В дупле.

*Направить мысли можно и с помощью показа абсурдности какой-нибудь версии.*

Художник: Юлия Лохина

Идея: Надежда Пантюлина

Помните, что все рисунки путеводителя должны работать. Они должны дополнять, подчеркивать, пояснять, углублять и наполнять смыслом текст, размещенный рядом. Это — визуальные помощники как ваши, так и ребенка. Но они ни в коем случае не должны просто дублировать предметы, которые посетитель может самостоятельно увидеть и разглядеть.

Обычно путеводитель начинается с рисунка на обложке, основная задача которого — создать настроение, а также, если получится, и ввести в тему

путеводителя. Большую пользу приносят *картинки навигационные*, которые помогают сориентироваться в зале и найти необходимый предмет. *Картинки-подсказки и помощники* помогают направить мысли посетителя и справиться с заданием (порой с помощью показа абсурдности какой-либо из предложенных версий); помогают посмотреть на экспонат с определенного ракурса, с которого по тем или иным причинам невозможно посмотреть посетителю; показать и объяснить то, что нельзя увидеть в экспозиции, например технологию; дублировать и тем самым объяснять сложную словесную информацию. Рисунок может быть самостоятельным заданием, когда его нужно дорисовать, раскрасить. Это может быть также ребус, кроссворд и т. п. Картинка может дополнять и подчеркивать эмоциональный характер вопроса или задания, являясь в данном случае *рисунком-настроением*. Для разделения заданий, распределения информации и вопросов на страницах путеводителя, обозначения дополнительных сведений и ремарок служат *структурообращающие рисунки*. И, наконец, правильно завершить путеводитель помогает *прощальная картинка*.

## О расположении текста и картинок

Тщательно выверенный текст и продуманные рисунки — еще не все составляющие успеха путеводителя. Путеводитель не справится со своей основной задачей, если в нем самом сложно ориентироваться. А потому так важна и грамотная работа верстальщика по созданию макета. Хороший путеводитель имеет четкую и понятную графическую структуру. Посетителю должно быть легко понятно, где оканчивается одно задание и начинается другое, где пояснительные тексты, а где навигационные включения. Структурируя текст, используя ясную маркировку и выделяя ключевые моменты, вы помогаете ребенку и взрослому в освоении путеводителя, а соответственно, и экспозиции.

## Идеального путеводителя не существует

Помните об этом. Не ставьте перед собой цель отполировать ваш путеводитель до блеска. Переписывать и переделывать можно бесконечно. Сделайте все, что зависит от вас, — продумайте, напишите, отредактируйте — и отпустите в жизнь. Обратная связь принесет вам больше пользы, чем переписывание. Самое время задуматься о следующем путеводителе...

## Как поймать сюжет и не оставить подвешенных вопросов

### 12 тезисов по созданию сюжетов и задаванию вопросов в игровых путеводителях

Марина Мацкевич

1. Музейные путеводители в Москве и Петербурге — это развлекательная форма «научения», образования и развития ребенка в виде диалога со знакомым игровым персонажем и при посредстве тактичной и деликатной помощи взрослого или сверстника.

2. Игровой путеводитель — это посильный инструмент освоения ребенком картины мира через игровое путешествие по музею. Однако его вопросы должны быть рассчитаны на зоны ближайшего развития ребенка, то есть активировать не только то, что он знает, но и чуть «забегать вперед». Вопросы не должны быть чересчур сложными, поскольку они *поддерживают постоянную мотивацию ребенка для самостоятельной работы*. Помощь взрослого не может быть тотальной. Он должен оставаться советником при своем юном, но ГЛАВНОМ партнере.

3. Наш путеводитель — это своеобразная игровая карта или навигатор музея с выделением заданного маршрута. Не надо пространных вербальных объяснений движения, нужен визуально ясный и яркий вариант траектории маршрута ребенка в компании со взрослым по залам с образными «подсказками» остановок у тех экспонатов, с поисками которых могут возникнуть (особенно у малышей) сложности. В идеале цель путешествия — целостная картина освоения определенной части музейной коллекции. Экспонаты этой части экспозиции могут подбираться согласно определенному *принципу: ценностному, идеологическому, тематическому и т. д.* Заявленный принцип должен быть отражен в сценарии путеводителя.

4. Жанр путеводителя, целостного МИНИ-драматургического произведения, совершенно не похож на обычные интерактивные листки с заданиями: найди, посмотри, опиши, сравни, подумай, представь, изобрази, вообрази. Авторам необходимо выстраивать его по законам драматургии. В драме главным является действие и драматизм, то есть напряжение. Активизируя деятельностный подход ребенка, авторы должны осознавать, что у **путеводителя должен быть четкий сценарий**. Хорошо, когда авторы помнят о широком жанровом разнообразии. Драматургия путеводителя может строиться по законам лирической или авантюрной комедии, детектива, фэнтэзи, триллера

и даже мелодрамы. Жанр трагедии в силу многих причин не отвечает специфике детского путеводителя.

5. Драматургия путеводителя может строиться по законам лирической или авантюрной комедии, детектива, фэнтэзи, триллера и даже мелодрамы. Жанр трагедии в силу многих причин не отвечает специфике детского путеводителя. Драматургия путеводителя должна побуждать к самостоятельным ОТКРЫТИЯМ. Несмотря на минималистскую форму, в сценарии путеводителя необходима завязка, экспозиция, кульминация и развязка.

6. Действующие лица и исполнители в путеводителе — кто они?

Ребенок (главный персонаж) действует и исполняет роль: исследователя, путешественника, спасателя, детектива, секретного агента, героя, влюбленного, астронавта, разведчика, следопыта. **НО НЕ МУЧЕНИКА ИДЕИ авторов!!!**

- Экспонат и его культурное поле.
- Пространство музея, не только образовательное и топографическое, но и воображаемое.
- Взрослые члены семьи (они исполняют роли второго плана и «не тянут одеяло на себя», а подыгрывают главному герою).
- Другие действующие лица (зрители, научные сотрудники — консультанты, «посторонние» взрослые посетители).

7. Движущей силой сюжета становится интрига, в основе которой лежит **КОНФЛИКТ!** Вспомним, по какому лекалу создаются даже самые талантливые сценарии праздников для детей. Обязательно через конфликт злых сил, препятствующих исполнению праздничных сюрпризов или победе добра над злом. В тексте путеводителя аккумуляция событий зачастую должна выражаться всего в одной фразе. В этом смысле сказка «Репка» может представлять эталон подобной драматургической схемы, где есть всего с десяток тактов, а вслед за кульминацией следует очень быстрая развязка.

8. Вопросы путеводителя должны строиться по схеме *цепной реакции*, то есть путем последовательностей одних и тех же элементарных стадий, на каждой из которых возникает одна или несколько «активных частиц» — новых вопросов. Они нацелены на *расширение культурного поля ребенка* и мотивируют его на творческие ответы, связанные с уже новыми вопросами. Таким образом, *их последовательность должна быть возрастающей*. Информации, данной в путеводителе, необходимо быть емкой, увлекательной, но близкой к минимальной по следующим причинам: чтобы ребенок не устал и не потерял мотивацию, чтобы провоцировать и сподвигать его в продвижении по расширяющемуся культурному полю, связанному с его собственными ответами на вопросы путеводителя.

**9.** Не забывайте театральные драматургические премудрости:

- Театр начинается с вешалки, а музей — с афиши. Название само может стать ключиком для сюжета.
- А если в первом акте на стене висит ружье, оно должно в конце выстрелить.
- Нужны сюрпризные моменты.
- Избегайте «провисания» персонажа. находка драматурга Беккета, чьи герои из пьесы так и не дождались персонажа по имени Годо, — это не для нашего варианта.
- Мостики должны выстраиваться по принципу ответов на вопрос: ради чего наш герой (ребенок) движется от одного экспоната к другому?
- Действие — путь к решению задачи, к цели. Вопросы-бусины на неразрывной леске должны достаточно крепко быть увязаны между собой и оттенять друг друга.
- В сценарии необходимы повороты сюжета, и они должны быть логически оправданы. Одно событие заканчивается, разворачивается другое. Может быть и контр-действие, чтобы дети провоцировались и одновременно вдохновлялись, зажигались, следуя маршрутом, предложенным путеводителем.

**10.** Тактические успехи («блестки» находок, приемов и приемчиков) не должны уводить в сторону от стратегических целей путеводителя. Для чего наш «адресат» совершает это музейное путешествие? Для того, чтобы приобрести новые знания, умения, навыки? Несомненно, и для этого тоже. Но младшие еще об этом не знают, а старшие приходят уже не только за этим в музей. У каждого путеводителя есть еще и конкретная цель, которая и должна подкреплять мотивацию ребенка: *пройти маршрут не одного музея, а всех музеев возрастной группы.*

**11.** Работа с общей темой маршрута может происходить по-разному, здесь нет рецептов. В одном случае руководитель проекта пишет кураторский текст, и музеи вписываются в предложенную тему. В других случаях музеи на семинаре сами придумывают общую тему, исходя из особенностей выбранного возраста. Поиски темы в проектных группах по созданию путеводителей единого возрастного маршрута должны начинаться с выявления тем, которые интересны каждому музею-участнику. В компании всех должно увлекать что-то общее, поэтому важно найти тему, объединяющую всех, причем объединяющую не формально. Образно говоря, игра «Бояре, а мы к вам пришли» должна отвечать на вопрос «Дорогие, а зачем пришли?». Тема работает как девиз, она ведет за собой историю, которую хочет рассказать музей.

**12.** Идеальный семейный путеводитель по музею еще не создан. Процесс работы над ним сродни движению к линии горизонта. Очевидно, что в малышом варианте должны преобладать не тексты, а картинки. Не надо бояться облекать материал в форму комикса, главное, чтобы содержание не скатывалось на примитивный уровень. Но и для старших ребят, воспитанных в рамках «экранной культуры», желателен визуальный, живой подход. Во главу угла ставится диалоговая форма: НЕ ТОЛЬКО С ПЕРСОНАЖЕМ, НО И С ПРЕДМЕТОМ, С РОДИТЕЛЯМИ, СО СВЕРСТНИКАМИ. Замечательно, когда вопросы выстроены по *определенному сценарию*, идеально, если общий сценарий объединяет несколько музеев одной возрастной группы.

## Образовательные программы в музеях и музейные библиотеки

Ольга Синицына

Про образовательные программы в музеях слышали все, а вот о наличии в музеях библиотек знают далеко не все участники образовательного процесса. А жаль, потому что в музейных библиотеках порой хранятся неведомые сокровища зачастую не меньшей значимости, чем представленные на самом почетном месте в экспозиции. И дело даже не в древности и редкости документов, а в том контексте, который с их помощью можно создать или реконструировать. Контекст же незаменим для любой интерпретации музейного предмета для любой аудитории и для любых целей. Вот такая простая связь оказывается совершенно неочевидной в реальной жизни и в каждодневной музейной практике.

Разные музейные отделы периодически спорят, который из них самый забытый, постоянно игнорируемый, самый низкооплачиваемый и недоукомплектованный штатом, техническими средствами, помещением и самый обделенный начальственным вниманием и заботой. Зато — первый кандидат при любых сокращениях. Практически всегда в подобных спорах музейная библиотека оказывается вне конкуренции по забытости и заброшенности. Иногда, конечно, бывают счастливые исключения. Как ни парадоксально, но очень часто библиотека в музее воспринимается музейными сотрудниками как сугубо внутреннее вспомогательное подразделение, обслуживающее потребности и интересы исключительно или преимущественно сотрудников этого музея и их коллег-специалистов. Практически как личная библиотека. И библиотекари оказываются такими «семейными докторами» со всеми вытекающими привычками и особенностями.

Подобная ситуация и психологическая установка сложились давно. Но в последние десятилетия приоритеты в музейной работе медленно, но верно смещаются в сторону большей открытости музея «внешнему» миру, человеческого разговора, диалога с разными аудиториями, вовлечения «дилетантов» в святая святых музейной практики, интереса к мнению и запросу к музею со стороны живого общества, а не формальных предписаний.

Эти тенденции в некоторых музеях перевернули сознание сотрудников, но и тут позиция музейной библиотеки как «забытого полка» позволяет ее сотрудникам вполне благополучно жить в своем послевоенном XX веке. Хотела написать «в XIX веке», но вынуждена была поправиться, так как справедливости ради стоит сказать о той роли, которую играли библиотеки в музеях, будь то частных или государственных, во 2-й половине XIX — начале XX века. Достаточно привести в качестве примеров всем известные библиотеки Государственного исторического музея, ГМИИ имени А. С. Пушкина,

Ивановского государственного историко-краеведческого музея имени Д. Г. Бурлыгина, но в том виде и с тем значением, которое придавалось этим музейным структурам создателями музеев. Из зарубежного опыта того же периода вспоминаются библиотека Британского музея (или попросту Британская библиотека) или библиотека Музея Виктории и Альберта в Лондоне (ныне в статусе Национальной библиотеки по искусству). В Британском музее библиотека была изначально спроектирована как центральное, а не периферийное подразделение. Она находилась в самом сердце здания, являясь как бы его ядром — тем местом, где было сосредоточено главное человеческое сокровище — знания.

Библиотека Музея Виктории и Альберта, так же как и библиотека ГМИИ имени Пушкина, очень тесно были связаны с новыми образовательными идеями, под которые создавались эти музеи соответственно 160 и 100 лет тому назад.

Ивановский музей важен для нас как пример специально построенного здания для публичного доступа к частному музейному собранию ситцевого магната Дмитрия Геннадиевича Бурлыгина, а также к огромной и ценнейшей семейной библиотеке и передачи ее в общественное, публичное пользование. Делалось это с искренней верой в то, что России нужен просвещенный народ, а не невежественная толпа. В начале XX века музейная библиотека была открыта для народа, а реконструировать ее смогли только в начале XXI и то с большими ограничениями.

Почему же в советские времена было такое странное отношение к музейным библиотекам и их роли в связи с великой просветительской миссией музеев? Ведь всем известно, что простым библиотекам как раз придавалось очень большое значение как важному элементу государственной идеологической работы. Музеи были вовлечены в этот процесс своей основной публичной активностью. А музейные библиотеки оказались своеобразными «распределителями благ» для избранных, ни в коем случае не для всех и в этой роли смогли прожить долгую и счастливую жизнь.

Конечно, в такой позиции нельзя винить библиотекарей — этих почти святых людей, которые часто в одиночку хранили и оберегали культурное достояние России. Большинство библиотек, оставаясь внутренним подразделением музея, поддерживало приличный уровень комплектования (далеко не все и не полно), как правило, за счет бюджетных средств. Последнее замечание немаловажно, когда речь заходит о праве остальных немuseumных граждан на доступ к этому сегменту национального культурного наследия, приобретенного за счет средств налогоплательщиков. Причины для отказа всегда очень убедительны. Самым весомым аргументом бывает опасение, что сразу все украдут. Однако современная ситуация свидетельствует о том, что еще очень много надо сделать, чтобы появился и держался устойчивый спрос на эти издания, да и на остальные услуги музейных библиотек.

### Итак, проблема первая – закрытость музейных библиотек.

Музейные библиотеки в большинстве российских музеев ЗАКРЫТЫ ДЛЯ ПОСЕТИТЕЛЕЙ МУЗЕЯ. Такова традиция. Музейные библиотеки создавались как научно-вспомогательные подразделения, а не как элемент научно-просветительского комплекса. Получается, что музейные посетители в музейной библиотеке ПОСТОРОННИЕ, которым вход воспрещен.

### Проблема вторая – музейные библиотеки как фондовые отделы.

В тех музеях, где есть старопечатные, рукописные книги или иные редкости и древности, они хранятся и учитываются как музейные предметы, таким образом, музейная библиотека становится фондовым отделом со всеми вытекающими отсюда ограничениями по сохранности и физическому доступу. То есть главная функция таких библиотек храниТЕЛЬСКАЯ.

Интересные проекты были реализованы больше 10 лет назад в рамках конкурса «Открытая библиотека в открытом музее», проводившегося еще Фондом Сороса. Ярким примером нового отношения к месту и роли музейной библиотеки стала тогда библиотека Самарского областного историко-краеведческого музея им. П. В. Алабина (автор проекта Ирина Тимашева). Но доминирование хранительской и научной функций музейных библиотек над образовательной или просветительской сыграло свою роль в затухании редких волевых импульсов к открыванию своих дверей для простых музейных посетителей. Допуск хотя бы студентов уже можно считать символом прогресса.

### Интерлюдия

Тема студентов в музейной библиотеке — это тема серьезного исследования, как социологического, так и психолого-этического.

Студент по традиции воспринимается не как будущий коллега-специалист, а как главный враг книг, потенциальный вор и вредитель. Именно его страшно подпускать к полкам для самостоятельного отбора необходимых изданий, потому что он как минимум «все поставит не туда». Именно он норовит взять и все сфотографировать на мобильный телефон вместо того, чтобы честно переписать. И именно ему непременно нужен интернет, тогда как даже у директора его нет, а у остальных и подавно.

Хотя, казалось бы, кто как не студент еще может признаться, что он чего-то не знает. А ведь именно такие люди — любимые клиенты всех библиотекарей. Но он пока не свой, поэтому отношение к нему настроенное. У студента есть вузовская библиотека — вот там пусть и занимается.

Грустно, но это очень типичная картина (конечно, не без исключений). Так что о какой вовлеченности в публичные музейные образовательные программы может идти речь, когда с индивидуальными образовательными потребностями не все в порядке?

### Проблема третья – музейные библиотеки и дети.

Образовательные программы в наших музеях (за редким счастливым исключением) — это или экскурсии, или занятия для детей. Ни в том, ни в другом формате места и времени для работы в библиотеке нет или очень немного. Хорошо, что творческие способности посетителей раскрываются и даже интерес к чему-то пробуждается. Но если вдруг у ребенка появится потребность в продвинутом чтении, скорее всего, обладатель маленького пытливого ума будет направлен в лучшую детскую библиотеку. Музейная библиотека — это опять же «храм для избранных» и при этом ВЗРОСЛЫХ. А образовательные программы нацелены в основном на детей. Поэтому места музейной библиотеке в образовательных программах нет, разве что для подготовки педагогов, преподавателей или экскурсоводов.

### Проблема четвертая – читальные залы в музейных библиотеках.

Музейные библиотеки создавались как вспомогательное подразделение для научных сотрудников музея, а местом этой научной деятельности чаще всего оказывается кабинет у себя в отделе или квартира. Там удобнее и спокойнее. Поэтому редкая музейная библиотека имеет читальный зал со всеми удобствами. Даже если и хотели бы пускать посторонних, то некуда.

### Проблема пятая – музейные библиотеки и информационные технологии.

Современные информационные технологии очень активно внедряются в повседневную жизнь музея, но очень медленно доходят до библиотеки. Только самые передовые музейные библиотеки могут похвастаться полным электронным каталогом, к тому же доступным через интернет. А для немuseumных библиотек это норма. Можно было бы объяснить такую ситуацию остаточным принципом финансирования, но часто у библиотеки нет простого мотивационного стимула для того, чтобы сделать такой прорыв в открытый внешний мир. Присутствие музейных библиотек на музейных сайтах — нечастое явление, но даже те, которые упоминаются, очень редко предоставляют удаленным пользователям возможность познакомиться со своими каталогами и электронными изданиями. Счастливые исключения и здесь имеются: Московский Кремль, Государственный исторический музей, Государственный Русский музей др. Про оцифровку фондов музейных библиотек можно не говорить, так как количество таких проектов находится на уровне статистической погрешности. Все это представляет собой огромный потенциал для дальнейшей работы в условиях физической недоступности подлинников.

## Проблема шестая — музейные библиотеки и современное искусство.

Библиотеки-медиатеки в музеях и центрах современного искусства — это само по себе проблема. Что и как собирать? Как учитывать и описывать? Как хранить, что документировать, что делать с огромным количеством современных «эфемерных материалов» — приглашений, лифлетов, газетных вырезок и прочего «мусора», который только лет через 50 обретет какую-то ценность (возможно)? Как предоставлять ко всему этому доступ?

А что делать с медиа-искусством? Какие специфические научно-вспомогательные материалы нужны специалистам? Что делать с «книгами художников»?

## Проблема седьмая – современное комплектование музейных библиотек.

Вопрос всех музейных библиотек: а им нужно подписываться на электронные издания и зачем? Стоит дорого, хранить сложно. Спрос небольшой. Да и все больше на иностранных языках...

Нужны ли вообще в музейных библиотеках (за редким очевидным исключением) издания на иностранных языках? Кто их будет обрабатывать? Владеют ли музейные сотрудники иностранными языками, т.е. кому они нужны?

Эти вопросы тоже имеют непосредственное отношение к теме вовлеченности музейных библиотек в образовательные программы музея.

Какие программы музея могли бы более активно привлекать потенциал музейных библиотек? Проведение более десяти специальных конференций музейных библиотек показало готовность их сотрудников с восторгом, трепетом, большим знанием дела рассказывать о хранимых изданиях, об их истории, владельцах, «историях на полях книги» (тема последней такой конференции, проходившей в апреле 2012 года).

Музейные библиотекари с радостью делятся своими успехами в оцифровке книг для мультимедийных проектов, находками в многообразии форм представления музейной книги в экспозиции.

Действительно, в современных экспозиционных пространствах все чаще находится место для книжных раритетов и даже для небольшой образовательной зоны или уголка. К выставкам привязывают специальные образовательные программы. В них тоже могут использовать книги. Но даже в этих случаях огромный образовательный потенциал музейных библиотек остается незадействованным. Странная психология — информационные киоски и компьютеры уже теперь не страшно поставить в экспозиции, а выложить несколько книг, вполне восполнимых, страшно — украдут. К выставкам публикуются прекрасные каталоги, специальные издания для особых аудиторий,

путеводители, в том числе для детей. А приобрести или хотя бы познакомиться с ними человек может либо до, либо после, но никак не во время посещения музея.

В наших музеях не принято предлагать ознакомиться с какими-либо публикациями непосредственно в залах, хотя подобная практика давно и успешно применяется зарубежными коллегами. Чего стоят образовательные уголки Клор в Британских галереях Музея Виктории и Альберта, имеющих совершенно отчетливую образовательную направленность. В них обязательно хочется остановиться, посидеть, в чем-то разобраться самому, что-то примерить, во что-то поиграть. Но в наших музеях экскурсионный ритм не предполагает остановки! Маршрут должен быть пройден от начала до конца. И даже в тех музеях, где возможны индивидуальные посещения, лучше нигде не задерживаться. Только во время специальных занятий группа сидит и что-то делает или на что-то смотрит и обсуждает.

Еще один наш стереотип — основная аудитория образовательных программ — это дети. Но взрослые тоже нуждаются в активном образовательном или познавательном музейном предложении. Здесь возможности для музейных библиотек поистине безграничны. Прекрасный пример — образовательный центр, которым стала библиотека Галереи Тейт в Лондоне.

Даже когда в наших музейных образовательных программах поддерживается активность взрослых посетителей, библиотеки к этому процессу не имеют никакого отношения, несмотря на то, что педагоги часто приносят и используют свои книги.

Но библиотека — это не только книги и другие печатные издания. Библиотека обладает огромным информационным потенциалом. Именно поэтому часто в зарубежных музейных библиотеках организуют музейные информационные центры или туристические визит-центры. Здесь можно узнать не только обо всем в музейном собрании, но и о местной жизни, особенно если это маленький город: обо всем, чем интересен город, регион, кто здесь жил и что делал. Это необходимый элемент туристической инфраструктуры. Самый близкий конкурент музейной библиотеки на образовательном и информационном поле — это местные общедоступные публичные библиотеки. Но туда пускают только местных жителей.

Для образовательных целей у музейных библиотек есть важное конкурентное преимущество перед публичными библиотеками: это сотрудники, которые знают все, которые погружены в предметную область, и это разнообразный и интересный материал, то, что позволяет увидеть и рассказать удивительные истории, стоящие за предметами и, конечно, за книгами.

В отличие от других музейных фондовых отделов, в библиотеках по определению документы выдаются на руки (с соблюдением всех норм и правил сохранности). Это тоже важнейший ресурс для разработки специальных

программ — образовательных, познавательных, исследовательских, направленных на изучение семейных библиотек, архивов, историй. Примером такого подхода может служить большой международный проект Historypin<sup>1</sup> или проекты семейных историй библиотеки и архива Национального музея Шотландии и др.

Часто музейные библиотеки оказываются физическим местом хранения собраний фотографий, открыток, памфлетов, мелкой печатной графики, этикеток, меню, приглашений, плакатов и прочих предметов, ценность которых возрастает с каждым годом. Соответственно, растет и интерес к этим материалам. В библиотеках собираются персональные файлы с документами и сведениями о жизни разных выдающихся и рядовых людей, именно там реализуются проекты по оцифровке этих материалов и создают возможности для введения их не только в научный, но и в публичный оборот. А дальше они становятся катализаторами интереса к собственной истории, семье, природе, месту жительства, путешествиям, открытиям, просто частной жизни.

Прекрасным примером общероссийского образовательного проекта, в котором музейные библиотеки могли бы внести огромный вклад, является проект школьных работ «Человек в истории XX века» Фонда «Мемориал». Пока на практике получается, что дети вместе с учителями с огромными усилиями преодолевают пороги региональных архивов, а местные музейные библиотеки почти не попадают в их поле зрения. А ведь в этом проекте можно было бы найти так много точек взаимного интереса!

Таким образом, огромный образовательный ресурс музейных библиотек — это сотрудники и собрания различных материалов и документов. Каждый музей, каждый тип музея имеет свою специфику и в этом смысле тоже. Если не бояться фантазировать, инициировать, показывать свои возможности, то придумать способы вовлечения музейной библиотеки практически во все направления музейной деятельности не составит труда. Мы приводили в основном примеры краеведческих, художественных или исторических музеев, но и об образовательном потенциале научно-технических, естественно-научных, литературных, мемориальных музеев можно говорить бесконечно.

Главная проблема — недооценка собственных возможностей, психологическая неготовность выйти из роли хранителя, открыть двери и поделиться тем, что хранишь, с теми, кому пока еще это интересно. Важно понять, что действительно может музейная библиотека, чего не может, а чего просто не хочет потому, что так было всегда. Преодоление данной проблемы — залог востребованности и того, что библиотеку заметят и будут относиться к ней как к важнейшему музейному отделу.

### Часть 3. Коммуникация с каждым: психология, наследие и новые медиа

<sup>1</sup> О проекте Historypin см. <http://www.historypin.com/>.

## Подростки в музее: что важно не забывать

Лина Коган-Лернер  
Наталья Копелянская

Сегодня все российские музеи переживают сложную пору, связанную с изменением законодательства, и теперь почти все особенно активно выражают тревогу по поводу посещаемости. Подростков все чаще называют той значимой группой населения, которая в музеи ходит с неохотой, но каким-то образом должна быть в них привлечена, так как перед любым музеем сегодня стоит задача расширения и диверсификации аудиторий. Причины потери интереса к музею в подростковом возрасте описаны музейными педагогами и исследователями музейных аудиторий и образования весьма подробно<sup>1</sup>. Они сводятся к тому, что именно в этом возрасте человеку надо ответить на свои собственные вопросы и он очень сосредоточен на их решении, на себе. И, как правило, этот процесс, по наблюдениям музейных специалистов, занимает около 10 лет, после которых люди снова приходят в музей, как правило, уже с собственными детьми или просто состоя в семейных отношениях.

Недавно, во время нашего выступления на музейном семинаре, посвященном работе с подростками и новым тенденциям в деятельности музеев, в том числе культуре участия, из зала был задан вопрос: как мы определяем группы по степени участия и существует ли такая группа, которая не заинтересована или менее всего заинтересована в участии и вовлечении в жизнь музея? Этот вопрос заставил нас снова вернуться к анализу работы музеев с разными аудиториями.

В ходе анализа были выявлены две группы, которые по разным причинам менее всего вовлечены в музейную работу, — пожилые люди и подростки. И если в случае пожилых людей можно точно говорить о наличии у них сильного желания участвовать в социальных событиях, рассказывать свои истории в музейном контексте и т. д. при отсутствии предложения со стороны музея, то подростки — совсем другой случай. Эта большая группа, которая подчас демонстративно показывает полное отсутствие интереса к коммуникации с чужим, иным, например, с музейной экспозицией, при всех усилиях со стороны музейных профессионалов.

Мы можем фиксировать повышенный интерес подростков к творческому самовыражению, личному музейному опыту с использованием интерактивных или технических инструментов, что составляет часть музейного посещения сегодня. Многие подростки любят изображать, передразнивать друг друга. Им нравится что-то делать, трогать и создавать, а также демонстрировать напускное равнодушие, делать вид, что они вас не слышат, — одним словом, всем своим поведением показывать, что самые главные проблемы и дела именно у них. Когда дело доходит до контакта с чужим, странным, что в данном случае является музейной экспозицией как непонятным нарративом, их интерес совершенно пропадает.

Как правило, все социологические исследования о подростках говорят о том, что их социальная среда очень жестко организована. Они могут быть заиклены на себе или могут общаться только с маленькой группой друзей, но зато делиться с этими друзьями всем, что происходит в жизни. Например, исследование Даны Бойд<sup>2</sup>, американского социолога, специалиста по социальным медиа, свидетельствует, что подростки используют социальные сети для того, чтобы постоянно общаться только с друзьями, но не с чужими людьми. Подростки сконцентрированы на закреплении опыта, а не на получении новых связей.

Кроме того, сегодня все дети с самого раннего возраста напуганы образом «опасного незнакомца». Родители, учителя, новости по телевизору постоянно напоминают им о незнакомцах, которые оказываются извращенцами, похитителями и навязчивыми преследователями. Нина Саймон<sup>3</sup> ссылается на свой опыт работы с подростками, которые должны были сделать в музее проекты на тему разных социальных проблем, и одним из важных этапов создания этой работы было интервьюирование незнакомцев в центре города Санта-Круз. Нина пишет, что девушки сначала оказывались в ужасе, но в итоге любопытство победило страх.

Именно поэтому вопрос «как музеям вести себя с подростками?» остается весьма актуальным, но ответить на него без помощи психологов будет трудно.

В основу данной статьи легли совместное выступление и диалог вокруг конкретных кейсов (анализ случаев с двух ракурсов) специалиста по музейному проектированию и возрастного психолога. В каждом случае нас интересовало два вопроса: как это сделано/реализовано/организовано и что делает этот проект работающим, что позволяет считать его подходящим для подростков. Этот же подход мы применили в статье.

<sup>1</sup> Гершунский Б.С. Философия образования для XXI века М., 1998; Реан А.А. Психология подростка / Трудный возраст от 11 до 18 лет. М., 2006; Шляхтина Л.М. Современные направления взаимодействия музея с посетителем: методологический аспект // Музей. Традиции. Этничность, XX-XXI вв. СПб., 2002. С. 399-402.

<sup>2</sup> Нина Саймон (Nina Simon), автор книги «Participatory Museum» и блога Museum 2.0.

<sup>3</sup> Кле М. Психология подростка. Психосексуальное развитие. М., 1991.

Комментарий психолога.

Представляется разумным начать с небольшого теоретического вступления. В классической психологии подростковый возраст обычно характеризуют как переломный, кризисный, переходный, как возраст полового созревания. Психологи утверждают, что подростковый возраст (заметим в скобках — так же, как и в целом период детства) исторически детерминирован, то есть связан с культурно-историческим контекстом и возникает в ответ на появляющийся временной разрыв между половым и социальным созреванием.

Понятно, что с исторической обусловленностью связана и невозможность однозначно определить границы подросткового возраста. Тем не менее, нижней границей обычно считается 10–11 лет: начало подросткового возраста связывают с началом полового созревания (хотя некоторые исследователи говорят о возникающей еще до физического созревания психической пубертатности), а определение верхней границы подросткового возраста отличается у разных авторов. Одни говорят о завершении подросткового возраста к 15–16 годам, другие (например, Мишель Кле<sup>4</sup>) утверждают, что в современном обществе он продолжается до 20 лет, то есть растягивается на целое десятилетие.

Основным событием отрочества является постепенное включение в мир взрослых; этот социальный переход не нужно путать с биологическим феноменом пубертатного развития. В самом деле, несмотря на отдельные вариации, в целом пубертат везде наступает в одно и то же время, и его биологические последствия везде одинаковы, имеют всеобщий характер, однако время окончания отрочества и признания взрослого состояния значительно варьируется в разных культурах.

Кратко представим **общепсихологические характеристики подросткового возраста**, которые помогут нам понять механизмы успешных музейных проектов по работе с подростками.

Психологические исследования особенностей подросткового возраста позволяют говорить, что изменения в этот период затрагивают четыре сферы: **тело, мышление, социальную жизнь и самосознание**. Именно с изменениями в этих сферах связаны особенности этого этапа психологического развития человека.

Нет необходимости останавливаться подробно на описании физиологических изменений, которые претерпевает **тело** подростка. Хочу только напомнить, что с этими изменениями связана сложная задача реорганизации образа тела, необходимость реконструкции своего телесного образа «Я», построения половой идентичности и перехода к взрослому генитальной сексуальности. Нормой для подростков является гипертрофированная значимость образа физического «Я».

Интеллектуальные изменения характеризуются количественными и качественными изменениями по сравнению с более ранними периодами развития. Формируется способность к абстрактному **мышлению**. Основным новообразованием этого периода является способность к рассуждению с помощью вербально сформулированных гипотез, а не манипуляции с конкретными предметами. Отсюда наблюдающаяся склонность подростков к обсуждению сложных философских проблем, к фантазированию и вымыслам. Происходит интеллектуализация таких психических процессов, как память и восприятие.

Важнейшие изменения относятся к сфере социальных связей и **социализации**. Преобладающее влияние семьи постепенно заменяется влиянием группы сверстников, которая становится источником норм поведения и получения определенного статуса. Возникновение «чувства взрослости», которое некоторые исследователи полагают главным новообразованием подросткового возраста, свидетельствует об отделении себя подростком как от мира детства, так и от мира взрослых. Вместе с тем объективно роль семьи остается одной из самых значимых.

В этом возрасте активно формируются самосознание и самооценка, способность к анализу окружающих явлений, осознание себя как отличного от родительских образов субъекта, способного к самостоятельному выбору, рефлексия.

Наш анализ музейных практик при работе с подростками позволяет нам выделить два главных направления, которые рассмотрим в статье. Первое — комплексный подход при работе с подростками, который могут себе позволить только очень крупные музеи с мощной инфраструктурой. В этом случае в музее обычно выделяется специальное пространство, есть руководитель направления и продуманная политика объединения интересов подростков и музея. Примеры такого подхода можно найти в крупнейших музеях как в России, так в Европе или в США, таких как Галерея Тэйт, Музей современного искусства МоМА, музей Метрополитен, Музей изящных искусств в Бостоне, Британский музей и т. д.

Второе направление — работа с темами, которые важны для подростков. Форматы работы могут быть самыми разными: выставка, образовательная программа и даже экспозиция.

В первом случае, когда музей создает отдельное направление работы с подростками, обеспечивая его всеми необходимыми ресурсами, это означает, что директор или совет попечителей музея четко ответили себе на вопрос, зачем это нужно на уровне ценностей и целей. Целью создания подобного направления помимо претворения в жизнь ценностей, выраженных в миссии, обычно является задача привлечь внимание к музейным профессиям уже в раннем возрасте, воспитать будущее поколение профессионалов с молодых ног. Приведем в пример проект музея МоМА по работе с подростками<sup>5</sup>.

<sup>4</sup> Кле М. Психология подростка. Психосексуальное развитие. М., 1991.

Музей современного искусства в Нью-Йорке считается одним из самых передовых по работе с детьми и подростками. Здесь всегда большое значение придавалось обсуждению произведений искусства подростками совместно с кураторами музея, художниками, дизайнерами. Кольдер Цвики, специалист музея по образовательным программам для подростков, рассказал на профессиональном форуме «Музей и детская культура»<sup>6</sup> о том, как музей осознал потребность работать с новыми аудиториями и какой путь был проделан с 1996 года, когда в музее был создан первый молодежный совет «Walker Art Centre», до нынешнего трехуровневого подхода к образовательным программам для детей и подростков (одноразовое посещение, абонементы и работа со специальными группами).

В музее проводятся бесплатные вечера для подростков Free Teen Nights, организуются художественные мастерские In the Making, выставки искусства подростков Teens Art Show и отдельные программы по работе с подростками-заклученными или только что вышедшими из тюрьмы. Отдельным направлением являются занятия по тому, что в России называется профессиональной ориентацией, когда музей помогает понять, что составляет *raison d'être* работы музейных профессионалов (хранителей, экспозиционеров, реставраторов, менеджеров). Одним из самых наглядных примеров является занятие, когда подростки должны взять интервью у настоящего куратора выставки или художника, чья выставка идет в данный момент в MoMA.

*В этом проекте подросткам предлагается занять профессиональную позицию, они пробуют себя в роли журналистов. Такое занятие соответствует потребностям старшего подросткового возраста, так как именно в этом возрасте вырабатываются умения, навыки, деловые качества, происходит выбор будущей профессии. В этом возрасте у детей отмечаются повышенный интерес к новой и разной деятельности, стремление делать что-то своими руками, повышенная любознательность. Первичные профессиональные интересы возникают в процессе обучения навыкам и первых опытов, что создает благоприятные условия для формирования нужных деловых качеств.*

*У подростков наблюдается повышенная познавательная и творческая активность. Они стремятся узнать что-то новое, научиться чему-либо и стараются делать это хорошо, начинают совершенствовать свои знания, умения, навыки. Важно отметить, что подобные процессы проходят в том числе и чаще всего вне стен школы, причем подростки действуют как самостоятельно (что-то конструируют, строят, рисуют и т. д.), так и при помощи взрослых. Потреб-*

*ность делать «по-взрослому» стимулирует подростков к самообразованию, самосовершенствованию, самообслуживанию. Работа, выполненная хорошо, получает одобрение окружающих, что ведет к самоутверждению подростков.*

*Полезна и ситуация общения участников проекта с успешным художником. Известно, что многие подростки активно ищут образец для подражания (что связано с ситуативностью, неустойчивостью самооценки в этом возрасте, особенно — в младшем подростковом возрасте). Встреча с людьми, добившимися признания в профессии, организована в рамках данного проекта таким образом, что помещает подростков в неоднозначную позицию: с одной стороны, они задают структуру общения и отвечают за нее, они направляют разговор, задают тему. С другой стороны, с ними делится собственным опытом взрослый, который позиционирован как успешный человек. Подростки занимают в этом проекте активную позицию (и это соответствует психологическим особенностям возраста), и именно эта активная позиция позволяет им воспринимать полученную информацию с интересом.*

Музей предлагает подросткам попробовать себя в роли художника как онлайн, так и в реальности — это известный в музейной педагогике прием знакомства детей с разными художественными техниками и не только.

Вот как выглядит занятие по искусству дада в MoMA. Это инструкция по созданию стихотворения в стиле дадаизма<sup>7</sup>, которую написал в 20-е годы один из его основателей, поэт Тристан Тцара.

#### КАК НАПИСАТЬ ДАДАИСТКОЕ СТИХОТВОРЕНИЕ

Возьмите газету.

Возьмите ножницы.

Выберите в газете статью такой длины, который ты хочешь, чтобы было стихотворение.

Вырежьте эту статью.

Осторожно разрежьте статью на отдельные слова и положите их все в мешок.

Осторожно потрясите его.

После этого вынимайте слова их мешка по очереди, одно за другим.

Перепишите добросовестно то, в каком порядке они покинули мешок.

Стихотворение будет напоминать вас.

И вот вы — бесконечно оригинальный автор с невероятной чувственностью, даже если вульгарная чернь вас не оценит.

Главное в этом занятии, конечно, финальное обсуждение того, что получилось в результате, как все это можно интерпретировать, в чем видели смысл художники-дадаисты и как они применяли подобный подход в работе

<sup>5</sup> Программа музея MoMA <http://www.moma.org/learn/teens/index>.

<sup>6</sup> Материал Всероссийского профессионального форума 2011 <http://www.museum12345.ru/cat/699>.

<sup>7</sup> Change Words, Make a Dadaist Poem <http://redstudio.moma.org/interactives/chance/>.

с разными инструментами: словом, красками, звуком. Подросток в данном случае становится в позицию творца, и задача музейного педагога — правильно выстроить дискуссию, которая является ключевым элементом в принципе. Повторю, мы часто видим, как в наших музеях детей заставляют что-то механически сделать (собрать модель, нарисовать картинку), и очень редко можно увидеть последующее обсуждение того, что в результате получилось. Напротив, педагог обычно отвечает, что это лишнее, главное, чтобы дети все собрали по определенной схеме. В случае с подростком обсуждение выходит на первый план. И в инструкции Тцара есть невероятный подарок для этого — строчка «Стихотворение будет напоминать вас». Этот простой ключ к тому, чтобы заинтересовать подростка искусством через нахождение ответа на вопрос о его собственной идентичности.

*Такие занятия часто происходят в музее, мы выбрали этот пример потому, что авторы очень верно подобрали задание, точно определив чуткость аудитории к вопросу самоопределения. Здесь очень важно, что музейные профессионалы тщательно подобрали историю, ясно дав понять, что произведение искусства есть отражение личности автора. С другой стороны, здесь задействован элемент игры, условной легкости, поскольку не дается никаких дополнительных знаний по поводу направления дадаизма, его происхождения и влияния, даже не названы самые крупные фигуры. Акцент полностью перенесен на подростка, его значимость как творца и эксперта в данном случае. Отдельно стоит отметить, что важной частью подобного занятия является обсуждение после завершения работы. Это — ключевой элемент, и главное умение музейщика состоит в том, чтобы просто выслушать, уточнить, но не высказывать оценочных суждений, не анализировать умелость и не обсуждать качество работы.*

Галерея Тэйт разработала свою стратегию работы с подростками, в которой отдельно подчеркнута линия со-участия, вклада собственного контента и смысла в общее дело и где современный художник и его искусство изучаются не теоретически, а в форме реальной творческой практики. Галерея создала отдельное онлайн-пространство, которое называется Tate Collectives, которое также направлено на развитие художественных навыков и создание своей тусовки. Консультации, обмен опытом, открытое обсуждение — здесь присутствует все, кроме менторских однонаправленных занятий. Как говорит Марк Миллер<sup>8</sup>, одна из важных функций подобного подхода — демистификация музея и музейных функций. Образ музея в сознании людей формируют во многом медиа, художественная литература, кино. И если вспомнить последние фильмы («Ночь в музее»), книги Дэна Брауна или новости в СМИ (связанные обычно только с громкими скандалами), то становится ясно, почему

<sup>8</sup> Марк Миллер, руководитель проектов по работе с подростками галереи Тейт. Анонсы Форума [http://www.museum12345.ru/Anons\\_2011.pdf](http://www.museum12345.ru/Anons_2011.pdf).

музею так важно доступно, с достоинством и как можно раньше объяснять, как он работает, кто в нем работает, и начать формировать будущих профессионалов. Последнее является невероятно важным, потому что именно в подростковом возрасте появляется стремление к клубности, тусовочности. Исследования показывают, что подросток предпочитает ее любому виртуальному общению. Галерея Тэйт успешно воспользовалась этим знанием, сделав своим главным принципом работу peer-to-peer — сверстники сверстникам. Как писал один из основателей родительского ресурса Kids in Museums Марк Диксон<sup>9</sup>, примеры работы музея с подростками означают, что музей перестал подозрительно смотреть в их сторону и начал рассматривает свои отношения с ними в долгосрочной перспективе, сделав ставку на неформальное отношение и образование.

Конечно, российские профессионалы могут возразить, сказав, что именно в России существует достаточно сильная традиция детских и подростковых клубов при музеях: мы все знаем о клубе в Муроме, Ставропольском палеонтологическом кружке, археологическом кружке в ГИМе, Детском центре Музея политической истории, Российском центре педагогики и детского творчества в ГРМ и не только. Однако все они отличаются тем, что, как правило, эти кружки быстро приобретают статус элитарных (особенно в столичных городах) и в течение года в них постоянно занимаются не более 200–300 детей, а в некоторых, как в ГМИИ им. А. С. Пушкина, и того меньше. В крупных музеях Европы и Америки постоянное количество участников проекта в сети начинается от нескольких тысяч. И в этом, как мне представляется, существенная разница между нами. Наша гипотеза состоит в том, что в России есть четкая установка полагаться на собственные педагогические навыки и традиционную позицию ментора, учителя и совсем мало работают с изучением реальных интересов аудитории и использованием ее навыков.

В качестве примера к последнему предложению приведу сайт Pop-Art<sup>10</sup>, который был сделан совместно с молодежным советом MoMA в течение 2008—2009 годов. Профессионалы музейного дела признают, что подростки лучше и быстрее разбирались в технологиях и транслировали новую моду на разные способы связи и коммуникации, легко придумывали новые способы воплощения разных идей. Свою задачу музей видел в том, чтобы научить их правильно работать со своими онлайн-коллекциями и другими источниками, объяснить, в чем суть профессионального подхода к такой деятельности.

<sup>9</sup> Why have museums forgotten the teens? // The Guardian, 19 Dec. 2011 <http://www.guardian.co.uk/culture-professionals-network/culture-professionals-blog/2011/dec/19/museums-teenagers-engagement>.

<sup>10</sup> Сайт Pop Art <http://www.moma.org/interactives/redstudio/popart/>.

Вторая группа примеров музейных проектов и программ касается того, как музеи реагируют на сложные вопросы, с которыми сталкивается подросток. Одна из главных проблем — как правильно выбрать тон при разговоре с подростками на темы, которые их волнуют (отношения, секс, одиночество, семья, собственное «Я», смерть и т. д.). Сразу хотим оговорить, что в России есть подобные дискуссионные площадки, но они, как правило, работают в книжно-библиотечных пространствах. Самые заметные среди них те, что делаются при кураторстве А. Поливанова и Т. Рябухина в рамках Открытого книжного фестиваля в ЦДХ, ярмарки Non/fiction и в книжном магазине «Циолковский».

Для всех музеев мира важно найти ответ на вопрос, как правильно говорить с детьми на разные темы. Надо признаться, что самые яркие и неожиданные программы были осуществлены в Голландии и Швеции, где, видимо, в силу давней дискуссионной традиции и большой социальной работы государства в музее были представлены темы, которые касаются нашей повседневности и решения личных проблем. Сравнительно недавно в Голландии почти одновременно возникло несколько образовательных программ для подростков в музеях. Эти музеи объединены темой культурной антропологии, о некоторых из них делала доклад музейный педагог Ирина Лейфер<sup>71</sup> на Всероссийском профессиональном форуме. Музей погребальной культуры (Tot Zover)<sup>72</sup> около кладбища в Амстердаме сделал образовательную программу для подростков, в которой говорится о том, что их очень интересует, но информации о чем у них пока мало. Музей представляет смерть как часть жизни, не мистифицируя, а рассказывая реальные истории и описывая те традиции и ритуалы, которые люди создали для переживания печальных событий. Поскольку основная экспозиция в виде кладбища находится в непосредственной близости, музей представляет собой светлое, совершенно не мрачное, почти прозрачное интерактивное пространство. Музей психиатрии (Het Dolhuys)<sup>73</sup> говорит с подростками на следующие темы: что такое нормально и ненормально? Что роднит сумасшествие и гениальность? Кто решает, что является нормальным и т. д.? Кроме того, для подростков сделана специальная программа «Чердак», которая предназначена для того, чтобы показать, что происходит в голове у подростка во время созревания. Она состоит из 4 частей — физиология, лаборатория, погружение и исследование и пользуется необыкновенной популярностью. Дело в том, что подросток в переходном периоде впервые в жизни чувствует, что он ведет себя по-разному в различных социальных обстоятельствах: дома, в школе, с друзьями. Впер-

<sup>71</sup> Ирина Лейфер. Материалы Форума <http://www.museum12345.ru/cat/699/ru>.

<sup>72</sup> Музей погребальной культуры <http://www.totzover.nl/>.

<sup>73</sup> Музей психиатрии <http://www.hetdolhuys.nl>.

вые у него в голове возникает вопрос: где именно он настоящий и почему некоторые считают, что он ненормальный (ведь это частый упрек по отношению к ним, не будем скрывать). И на «Чердаке» у него есть шанс найти ответы или хотя бы точно сформулировать вопрос. В этом же ряду музейных образовательных программ стоят и заново открывшийся Музей гигиены с Детским центром «Пять ощущений»<sup>74</sup>, и Военно-исторический музей<sup>75</sup> в Дрездене.

Еще два примера — это шведский Палатсет (Palatset), открытый в 2011 году рядом со Стокгольмом на острове Riddarholmen (шесть этажей были спроектированы специально для детей и подростков), и классический голландский этнографический Тропенмузеум. Детский музей тропиков получил в этом году приз как лучший детский музей 2012 года<sup>76</sup>, он давно известен своей методикой<sup>77</sup> и тем, что специальными детскими выставками он занимается с 1975 года. Тропенмузеум — это бренд, который объединяет этнографический музей и научно-исследовательский институт, постоянно занимающиеся изучением культур не только прошлого, но и современности. Детский центр музея является частью этого процесса, поскольку определенным образом организованные выставки помогают исследовать культуры детей Амстердама. Это достигается за счет того, что все экспонаты на этих выставках создаются детьми, которые рассказывают о них свои истории (и сотрудники гордятся тем, что несколько экспонатов детских выставок вошло в основные коллекции музея). Главный принцип создания всех выставок — принимай участие, а не только смотри и трогай. Выставки длятся 2 года, и каждый раз музейные профессионалы проходят специальный курс подготовки к работе на выставке и взаимодействию с детьми. Последние выставки были посвящены культурам Индии и Китая.

*Похоже, для того чтобы проект для подростков сработал, он должен быть осмыслен на нескольких уровнях:*

#### **1. Тема**

*На самом деле секрет заключается в том, что никакого секрета нет.*

*Нет и не может быть жестких ограничений темы проекта. Но есть такие темы, в которых подростки заинтересованы в первую очередь в силу возрастных особенностей. Так как это возраст пубертатного созревания, то подростки*

<sup>74</sup> Музей гигиены, Дрезден <http://www.dhmd.de/index.php?id=1177>

<sup>75</sup> Военно-исторический музей, Дрезден <http://www.mhmbw.de/>

<sup>76</sup> Ассоциация детских музеев [http://www.hands-on-international.net/pages/highlight\\_dett.asp?p=1-0-47](http://www.hands-on-international.net/pages/highlight_dett.asp?p=1-0-47)

<sup>77</sup> Методика Детского музея Тропенмузеум <http://www.tropenmuseum.nl/-/MUS/69024/Tropenmuseum/Tropenmuseum-Junior---Method.pdf>

особенно интересуются (а для многих это становится болезненной темой) теми изменениями, которые претерпевает их тело; насущными становятся вопросы сексуального развития и взаимоотношения полов. Мы уже говорили, что в подростковом возрасте на первый план выходят отношения со сверстниками, поэтому личностно значимыми становятся вопросы о любовных и дружеских отношениях... Появление и активное развитие способности к рефлексии, самопознанию делает значимым околофилософские темы, связанные с осмыслением смерти, жизненных ориентиров и ценностей, своего места в обществе. Возникновение рефлексивной позиции также приводит к осознанию неоднородности своего «Я». Появляется представление о социальных ролях и своих компетенциях в сфере социальных отношений, формируется Я-концепция.

С одной стороны, мы можем говорить о том, ЧТО их интересует (любвные отношения, секс, смерть, самопознание, смысл жизни и проч.), но при этом очень важно и то, КАК мы об этом говорим (структура общения не может быть основана на принципах жесткой иерархии, оба собеседника должны быть включены в диалог и заинтересованы в нем, мнение обоих собеседников должно быть одинаково значимо и ценно). Если пространство диалога не создается, то сами по себе темы не сработают. Известно, что подростки очень чувствительны ко лжи, поэтому пытаться с ними «сыграть» в партнерские отношения не получится, здесь нужна искренность.

## 2. Язык, на котором предлагается обсуждение темы

В данном случае речь идет не только и даже не столько о том, какой язык должны использовать взрослые, выстраивая пространство диалога с подростком, сколько о том, какие средства выражения можно им предлагать. И здесь важно обращать к тому, что нам известно о подростковых субкультурах. Средства выразительности, которые доступны подросткам, могут и должны быть использованы в создающихся для них проектах: музыка (биты), граффити, мода.

Почти для любого современного подростка представление о мире опосредуется интернет-культурой. Здесь особенно сильным примером является деятельность Галереи Тейт, которая последнее время сделала много разных проектов, использующих интересы подростков в музее, — тематические дискотеки, мастер-класс граффити и т. д.

## 3. Вид деятельности

Ведущей деятельностью в подростковом возрасте является общение со сверстниками. Главная тенденция — переориентация общения с родителей и учителей на сверстников. Общение является для подростков очень важным информационным каналом, это специфический вид межличностных отношений, который формирует у подростка навыки социального взаимодействия, умение подчиняться и в то же время отстаивать свои права. Это специфический вид эмоционального контакта, который формирует чувство солидарности, эмоционального благополучия, самоуважения.

Именно поэтому все музеи, озабоченные подростковой тематикой, стараются создать комфортное пространство, куда можно просто прийти, послоняться без дела, потусоваться. По сути, в данном случае музей тоже оказывает влияние на подростка, но на другом уровне. В России подобная деятельность обычно возможна в рамках дворцов творчества юных (бывших дворцов пионеров), где в основном сосредотачиваются будущие студенты естественно-научных факультетов.

## 4. Распределение ролей, иерархия предложенной структуры, активная позиция

Еще одним ключевым новообразованием подросткового возраста является формирование в этот период так называемого чувства взрослости. Разрешение конфликта, возникающего при появлении чувства взрослости, возможно за счет расширения прав подростка в некоторых сферах и одновременного наложения на него ответственности за свои действия.

Музеи отвечают на это профессиональными программами, ставя подростка в экспертную позицию — позицию журналиста, художника, куратора.

Исследователи рассматривают подростковый возраст как затрагивающий все стороны развития. Процесс анатомо-физиологической перестройки является фоном, на котором протекает психологический кризис. Социальная ситуация развития представляет собой переход от зависимого детства к самостоятельной и ответственной взрослости. Подросток находится на промежуточном этапе между детством и взрослостью. Общение в это время удовлетворяет две противоречивые потребности — в принадлежности к группе и в обособленности (появляется свой внутренний мир, подросток испытывает потребность остаться наедине с собой)<sup>18</sup>.

Типичной чертой подростковых групп является конформность — склонность человека к усвоению определенных групповых норм, привычек и ценностей, подражательность. Эта черта связана с потребностью в безопасности. Таким образом, задачей развития становится сохранение индивидуальности при сохранении принадлежности к группе.

В интеллектуальной сфере происходят качественные изменения: продолжает развиваться теоретическое и рефлексивное мышление. Активно начинают развиваться творческие способности. Изменения в интеллектуальной сфере приводят к расширению способности самостоятельно справляться со школьной программой. В то же время многие подростки испытывают трудности в учебе, поскольку для многих она отходит на второй план<sup>19</sup>.

<sup>18</sup> Туревская Е.И. Возрастная психология. Тула, 2002.

<sup>19</sup> Обухова Л.Ф. Возрастная психология. М., 1996

Вот какие личностные особенности подростков выделяет Е.И. Туревская<sup>20</sup>

*Отношение подростка к себе как к взрослому, так называемое «чувство взрослости». Он претендует на равноправие в отношениях со старшими и идет на конфликты, отстаивая свою «взрослую» позицию. Чувство взрослости проявляется и в стремлении к самостоятельности, желании оградить какие-то стороны своей жизни от вмешательства родителей. Это касается вопросов внешности, отношении с ровесниками, может быть — учебы. Чувство взрослости связано с этическими нормами поведения, которые усваиваются детьми в это время. Появляется моральный «кодекс», предписывающий подросткам четкий стиль поведения в дружеских отношениях со сверстниками.*

*Развитие самосознания — формирование «Я-концепции», системы внутренне согласованных представлений о себе, образов «Я».*

*Критичность мышления, склонность к рефлексии, формирование самоанализа.*

*Трудности роста, половое созревание, сексуальные переживания, интерес к противоположному полу.*

*Повышенная возбудимость, частая смена настроения, неуравновешенность. Эмоциональные переживания усиливаются, часто носят крайний характер.*

*Заметное развитие волевых качеств.*

*Потребность в самоутверждении, в деятельности, имеющей личностный смысл.*

Подведем итоги нашей работы. Качественный музейный проект для подростков предполагает создание пространства для диалога, в котором активное участие принимает тот, для кого этот проект, собственно говоря, и задумывается. Как это можно сделать, если адресатом проектного сообщения становится подросток? В определенном смысле музей при работе с подростками вынужден обратиться к моделям участия (другие вряд ли сработают), которые, по Р. Харту, обязательно отвечают следующим условиям<sup>21</sup>:

- 1) дети понимают цели проектов;
- 2) они знают, кто принимает решения относительно их участия и почему;
- 3) они играют важную, а не декоративную роль;
- 4) они добровольно участвуют в проекте после того, как поняли суть проекта;

<sup>20</sup> Туревская Е.И. Возрастная психология. Тула, 2002.

<sup>21</sup> Харт Р. Участие детей: от симуляции к равноправию. Перевод опубликован в настоящем сборнике.

5) у подростков есть возможность влиять на ход проекта другим способом, кроме отказа от участия.

Персонал музея играет решающую роль в успехе этого проекта. Понятно, что здесь для начала придется искать простые варианты обучения музейного персонала, который должен будет помочь подросткам использовать пространство музея для своего времяпрепровождения и тусовок. Нужно помнить, что большое достоинство музеев заключается в их безусловно положительной репутации: любой родитель предпочтет, чтобы их подросток проводил время в музее, а не на улице. Музеи становятся теми местами, где подростки делают что-то очень непростое и при этом проводят время не за компьютером, а лицом к лицу с друзьями (хотя исследования и показывают, что они, как правило, коммуницируют онлайн), и в этом им необходима правильная ненавязчивая профессиональная поддержка.

Все музеи мира включая российские озабочены проблемой мягкого, ненавязчивого приглашения подростков к знакомству с неизвестным. У детей этого возраста, как, впрочем, и у всех людей на свете, страхи и эгоизм смешаны с любопытством. И хотя многие подростки сосредоточены на том, чтобы как можно больше быть со своими друзьями, слушать то, что они слушают, подражать им в их вкусах, они преследуют и свои собственные интересы. Они начинают сами сочинять музыку, заниматься веб-дизайном, ставить свои эксперименты дома, подальше от оценивающего взгляда товарищей.

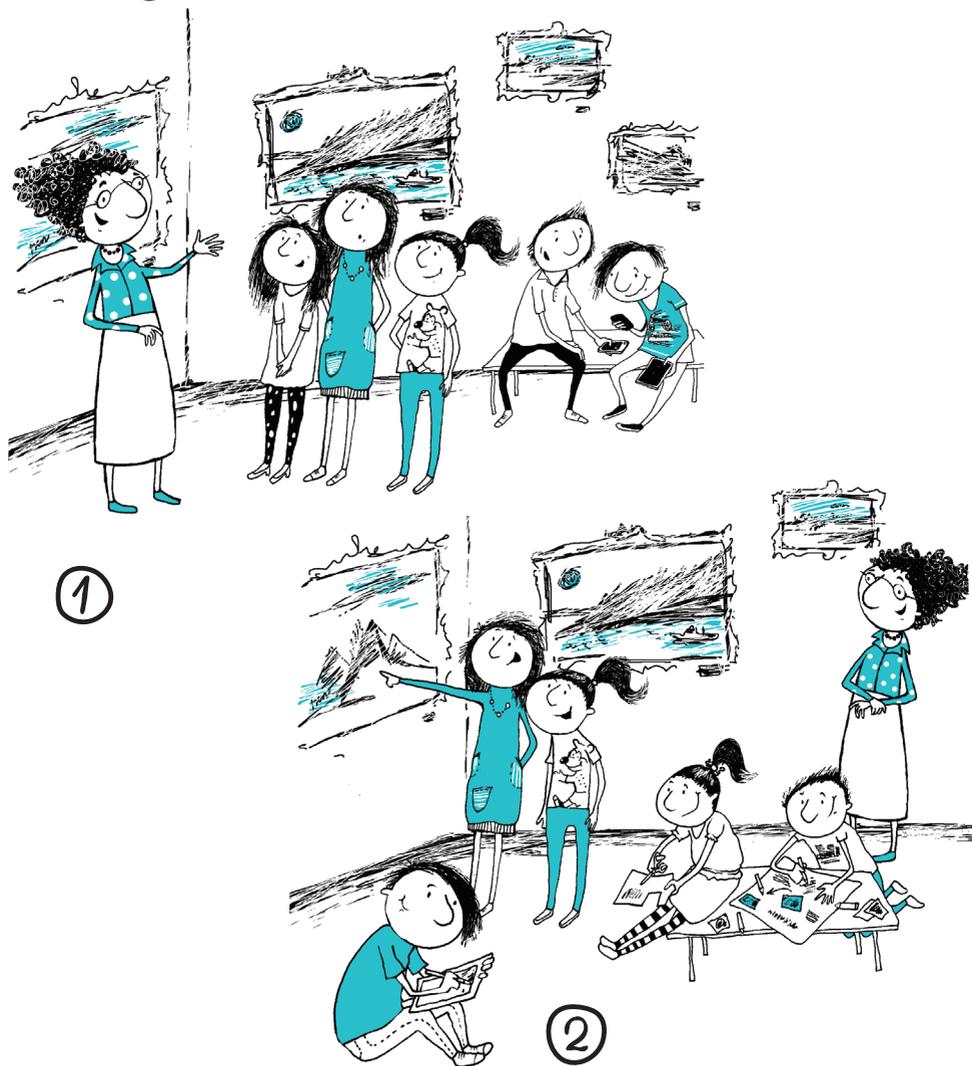
Открытым остается вопрос о том, как музею стоит себя вести в этой ситуации. Некоторые ученые и практики (например, авторы детских межмузейных маршрутов в России или уже упоминавшаяся выше Нина Саймон, автор книги «Participatory Museum») полагают, что подростки могут быть более открыты к новому опыту, если его не требуется демонстрировать перед друзьями. Например, мы легко можем себе представить ситуацию, когда мальчик или девочка в восторге от картины или идеи, но они не чувствуют себя комфортно, если заставить их поделиться восторгами с друзьями. Весьма важно было бы понять, что именно подростки делают, когда у них есть возможность выразить себя публично, а что — когда это не требуется. И это значит, что музейным профессионалам стоит подумать о создании хорошей, безоценочной программы и творческой среды.

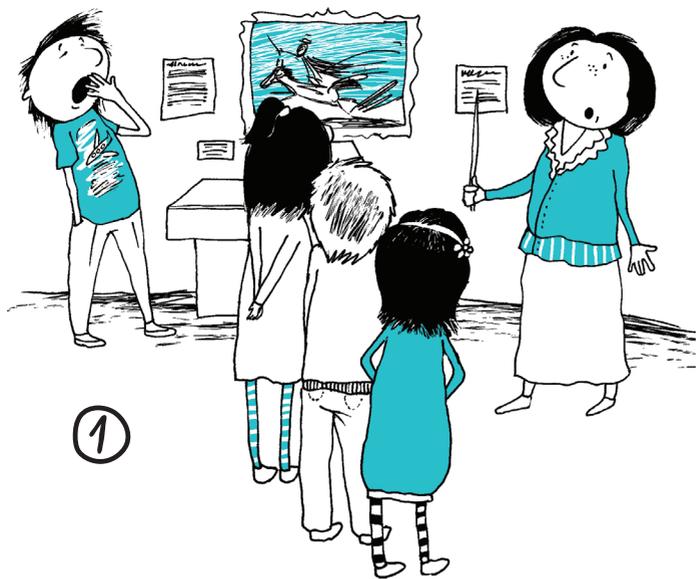
Наша статья — это только начало исследования, авторы очень заинтересованы в информации о практиках музейной работы с подростками и сделанных в результате этой работы наблюдениях, касающихся соединения нового опыта, социальной и личной жизни подростков.

Идея — Анна Щербакова, Наталья Копелянская  
Рисунки — Юлия Лохина

## Подростки в музее: два подхода. Комикс.

Два возможных варианта взаимоотношений музея и подростка: вариант ① — традиционный, вариант ② — с учетом психологии и запросов аудитории.





# Музейный сайт как инструмент музейного просвещения

Александр Артамонов

## Вместо предисловия

Мы живем в эпоху взрывного распространения интернета. Еще несколько лет назад утверждение «интернет есть везде» можно было ставить под сомнение. Сейчас это верно на 100%. В результате стремительного роста интернет-аудитории за последние 12 лет число пользователей интернета в мире выросло с 360 миллионов до 2,3 миллиарда. Иными словами, каждый третий житель Земли (включая младенцев и очень пожилых людей) является пользователем интернета<sup>1</sup>. Около 45% пользователей интернета (более 1 миллиарда) живут в Азии, в том числе 513 миллионов — жители Китая. В России сейчас насчитывается более 61 миллиона пользователей интернета (второе место в Европе после Германии), что составляет более 43% населения. При этом следует отметить, еще в 2007 году пользователями интернета считались лишь 19,7 миллиона россиян. Еще несколько лет — и мы вплотную приблизимся к европейской практике, когда пользователями интернета являются 80–90% граждан. Столь бурному росту числа пользователей интернета способствует целый ряд благоприятных факторов, в числе которых распространение услуг высокоскоростного недорогого интернета в средние и малые города России, выстраивание тарифной политики, при которой операторы связи предлагают за весьма умеренные (а по меркам 15-летней давности — фантастически низкие) тарифы на интернет в квартире и в мобильном телефоне, появление доступной техники — ультрадешевых портативных компьютеров (нетбуков), планшетных компьютеров, электронных книг с возможностью выхода в интернет, смартфонов и коммуникаторов, для которых постоянное соединение с интернетом представляет собой нормальное функционирование (таких устройств в мире продается более 1 миллиона ежедневно), увеличение количества общественных и частных пространств с предоставлением бесплатного выхода в интернет (кафе, ресторанов, общественного транспорта, парков и т. д.) и, наконец, последнее по списку, но не по значимости появление и расцвет «социального интернета» — сетей, позволяющих объединяться и оставаться на связи со своими друзьями, коллегами, одноклассниками и членами семьи. Так, рус-

скоязычная сеть «ВКонтакте» за 5 лет набрала более 100 миллионов пользователей, из которых не менее одного миллиона сидит в сети постоянно, а ее прототип — сеть Facebook, основанная Майклом Цукербергом, по состоянию на 31 марта 2012 года, насчитывает более 835 миллионов пользователей, в числе которых — около 6 миллионов россиян. Даже для районов, где нет ничего, кроме тайги, тундры или пустыни, существуют решения по разумной цене, обеспечивающие доступ к интернету по спутниковому каналу.

Параллельно с численным ростом аудитории интернета идет ряд важных процессов, результатом которых является появление свободно распространяемых программных продуктов и сайтов общего пользования, с помощью которых музей может (и должен, если он еще этого не сделал) работать со своей виртуальной аудиторией. Если, например, раньше музею приходилось экономить место на сайте, публикуя изображения ограниченного размера и отказываясь от публикации своих видео, то теперь он может бесплатно держать все свои видеоматериалы на ресурсе YouTube, размещать фотоархивы на сервисе Яндекс.Фотки или Flickr и использовать для создания своего сайта свободно распространяемое программное обеспечение Joomla или WordPress. При этом, пользуясь бесплатным сервисом статистики от Google, музей совершенно точно будет в курсе того, кто, когда, как, откуда и зачем посещает музейный сайт. А участие в крупных проектах, таких как библиотека Europeana или Google Art Project, позволяет даже небольшому провинциальному музею встать в один ряд со всемирно признанными лидерами отрасли.

Таким образом, музей может значительно уменьшить свои расходы на приобретение сложных программных систем и комплексов и оплату дорогостоящих услуг инженеров технической поддержки и инвестировать высвободившиеся ресурсы в разработку новых продуктов, которые были бы интересны и полезны для музейных аудиторий.

## Смартфоны и планшеты: почему перспективны именно они?

Среди огромного количества технических новинок в сфере компьютерной техники музейщикам следует обратить особое внимание на планшетные компьютеры и смартфоны нового поколения. Почему именно на них? Это оборудование обладает набором уникальных свойств, выводящих их на первые места по удобству потребления информации. Перечислим важнейшие из них:

1. **Всегда и везде — с собой.** Портативность и малый вес позволяют владельцу носить эти устройства с собой всегда и везде. Библиотеки и музеи по-прежнему могут ограничивать использование компьютеров и фотоаппаратов в своих залах, но как быть, если компьютер и фотоаппарат и диктофон и многое другое — в телефоне?

<sup>1</sup> Источник: Miniwatts marketing group. Режим доступа: <http://internetworldstats.com/stats.htm>. Данные приводятся по состоянию на 31 декабря 2011 г. и посчитаны на основе информации, предоставленной Международным телекоммуникационным союзом (ITU). Далее числовые данные о количестве пользователей интернета приводятся по материалам указанного сайта.

2. **Удобные библиотеки приложений.** Обе конкурирующие платформы — Apple iPod/iPad/iPhone (устройства на базе операционной системы iOS) и Android (устройства на базе операционной системы Google Android) имеют онлайн-магазины, где можно удобно и быстро приобрести или бесплатно скачать нужные в работе приложения. Речь идет об iTunes и Google Play. В свою очередь и для разработчиков приложений открыт понятный способ публикации своих продуктов, в результате чего уже сейчас количество доступных программ для обеих систем измеряется многими тысячами и продолжает расти.

3. **Наличие GPS-приемника**<sup>2</sup>. Этот приемник позволяет постоянно определять местонахождение владельца устройства с точностью до нескольких метров на открытой местности. Это свойство дает простор для деятельности разработчиков мобильных приложений, которые, основываясь на считанных с GPS координатах и информации, нанесенной на расположенную в интернете карту (Google или Яндекс), предлагают владельцу, например, прослушать фрагмент аудиозаписи, посвященный монументу, или историческому зданию, или площади, и подсказать дальнейшие варианты движения. А «проложить маршрут» к ближайшему музею (или между музеями) становится предельно просто.

4. **Наличие акселерометров (датчиков положения).** Эти датчики сообщают устройству, в каком положении оно находится — вертикально, горизонтально, наклонно, на боку или «на спине». В зависимости от этого они автоматически ориентируют картинку на экране, но это — лишь вершина айсберга возможностей. Использование датчика положения и координат GPS позволяет превратить экран планшетного компьютера или смартфона в окно так называемой «дополненной реальности», когда на изображение со встроенной в прибор камеры (она там присутствует всегда и дает возможность фотографировать и записывать видео с неплохим качеством) накладывается, например, карта звездного неба — и пользователь видит звезды сквозь препятствия и днем и именно там, где они на самом деле находятся.

5. **Наличие камеры и распознавание аудио- или видеообразов.** Современный планшетный компьютер способен узнать владельца, сравнив хранящееся в его памяти изображение с тем, что он видит через свою камеру,

и дать (или не дать) доступ к личной информации. Распознавание штриховых и QR-кодов<sup>3</sup> меняет представление музейщика о том, что должно быть на этикетке: считав и распознав с этикетки QR-код, посетитель музея получает больше информации об экспонате<sup>4</sup>. Приложения смартфона способны распознать автора и название музыкальной композиции «на слух», отправляя данные с микрофона на специальный сервер, где происходит сравнение и поиск по базе данных. И наконец-то свершилось — смартфон вместе с предоставляемыми «облаком» вычислительными мощностями позволяет своему владельцу отказаться от набора текста: и поисковый запрос, и просто текст могут быть надиктованы обычным голосом на русском языке, преобразованы в текст и сохранены в виде файла. Ответы на запрос (что важно для слабовидящей аудитории), разумеется, могут быть воспроизведены также на русском языке естественным, не «машинным» голосом. Наличие камеры и постоянное соединение с интернетом дают возможность мгновенной публикации фотографии или видеозаписи в интернете (см., например, сервис instagr.am). Пользователь смартфона и планшета — предельно мобильный поставщик двора его величества интернета. И теперь уже ничего — ни хорошего, ни плохого, не укроется от его умелых рук и пытливых глаз. Оруэлловское «Большой брат смотрит на тебя» победило «много малых братьев смотрят на тебя».

6. **Новый интерфейс работы с экраном.** Так же, как когда-то компьютерная мышь произвела революцию в работе за компьютером, сегодняшний интерфейс планшета революционен: в отличие от привычных компьютеров, где экран трогать нельзя, в отличие от сенсорных киосков, где экран чувствует прикосновение лишь одного пальца, современные сенсорные системы смартфонов позволяют управлять ими с помощью жестов — листать, масштабировать, поворачивать, стирать, выделять и даже рисовать. В свою очередь эти возможности дают разработчикам приложений невиданную ранее свободу, а пользователю, например, музейного приложения, — странное и новое чувство непосредственного прикосновения к предмету и новых способов работы с ним.

О нескольких примерах использования современных возможностей интернета для работы с музейной аудиторией и пойдет речь в настоящей статье.

## Подкасты

Термин «подкаст» (podcast) появился на свет с выходом на рынок портативного медиаплеера компании Apple — iPod и состоит из двух слов — *Pod*

<sup>2</sup> GPS (англ. Global Positioning System — глобальная система позиционирования, произносится как «джи пи эс») — система навигации с использованием сигналов с группировки искусственных спутников Земли. Российской Федерацией разворачивается аналогичная система ГЛОНАСС, которую поддерживают смартфоны последних выпусков.

<sup>3</sup> QR-код является разновидностью штрих-кода, нанесенного на поверхность в форме квадрата. В одном QR-коде можно записать более 4000 знаков.

<sup>4</sup> Над проектом внедрения QR-кодов в экспозицию музея работают Государственный Русский музей и компания МТС в рамках проекта «дополненная реальность». Подробнее см. <http://www.sostav.ru/news/2011/12/19/s4/>.

от *Ipod* и *cast* от *Broadcast*, что в переводе с английского означает «вещание». То есть дословно это «вещание для плееров iPod». Идея подкастинга проста: автор создает аудио- или видеоролики (рассчитанные на воспроизведение на портативном устройстве с небольшим экраном), потребитель этот ролик загружает себе в плеер и слушает или смотрит, когда ему удобно. Но, разумеется, слушать подкасты можно и на других плеерах и компьютерах и даже в автомобильных магнитолах, оборудованных входом для флешек. Можно считать, что образовательные, музейные и культурные подкасты заполняют дефицит соответствующих передач на радио и телевидении, в которых, по мере коммерциализации, не остается места для «неприбыльных» тем. Но главное достоинство подкаста в другом: поскольку он предназначен для индивидуального прослушивания, автор использует это свойство для выстраивания своего сообщения в доверительном, индивидуальном стиле. Таков

#### Карманный ученый

Автор и ведущий подкаста «Карманный ученый» — учитель, популяризатор науки, журналист, кандидат биологических наук Илья Колмановский<sup>5</sup>. Будучи прекрасно осведомленным об особенностях работы с детской аудиторией, Илья нашел отличный способ отвечать на бесконечные детские «почему». Например, в одном из выпусков, в 74-м по счету, он отвечает на такие вопросы: почему зубы качаются назад, а не вперед? зачем кальмарам большие глаза? от чего зависит цвет фламинго? откуда взялся воздух? И так далее. Радиостудия Ильи — это компьютер, телефон с автоответчиком и диктофон. Номер автоответчика опубликован на сайте издательства. В определенное время автоответчик включается, и дети звонят Карманному ученому со своими вопросами. Далее вопросы прослушиваются, из них выбираются самые интересные, и Карманный ученый под запись перезванивает авторам вопросов и отвечает на них. Из этих диалогов и монтируется 30-минутный выпуск Карманного ученого, который потом загружается на сайт издательства и доступен для скачивания. Аудитория выпусков — не только дети, но и мамы, которые слушают подкаст в своих автомобилях, перемещаясь по городу.

#### Подкасты Metropolitan Museum

Многие исследователи отмечают, что наступление эпохи компьютеров и интернета изменило сам характер потребления информации: если раньше многие говорили об информационном дефиците и о необходимости широкого доступа к информации, то сейчас благодаря повсеместному распространению интернета и мобильных устройств мы можем с уверенностью говорить о том, что информация может быть доступна в любое время

и в любом месте. Более того, выросло целое поколение молодых людей, для которых пользование компьютером стало такой же привычкой, как чтение книг — для их родителей. Но это означает еще и вот что — для этого поколения изменился сам характер работы с информацией: английское *to read* (читать) заменили *to browse* (просматривать) и *to surf* (буквально — скользить по гребню волны на доске). Это — свершившийся факт, и даже бесполезно обсуждать, хорошо это или плохо (разумеется, библиотекари и представители старшего поколения скажут, что это отвратительно, потому что ушла культура работы с книгой). Психологи говорят о «клиповом сознании», что означает переход к восприятию окружающей действительности как клипа — короткого видео- и аудиоряда, ставшего основным форматом потребления информации подростковой аудиторией. «Текст длиной в жизнь», «много букв» — это самые безобидные определения, которые дают подростки неоправданно, с их точки зрения, длинным текстам. Поэтому целый ряд музейных сайтов (в том числе сайт американского Metropolitan Museum of Art), учитывая эту особенность восприятия, поддерживают специальные разделы с медиапродукцией, которые, в чем-то дублируя основной текстовый контент сайта, специально предназначены для работы с подростковой и детской аудиторией<sup>6</sup>. Аудиоподкасты музея имеют хронометраж 5-15 минут и сгруппированы по 3 блокам: «Коллекция», «Экспозиция», «Детям», всего 85 роликов. Подкасты посвящены как обзорным новостям поступлений, так и пояснениям изображенных на произведениях сюжетов. Важно, что текст подкаста готовит и читает куратор или хранитель. Каждый подкаст можно слушать на сайте, скачать к себе и подписаться на его обновления, а также поделиться этой информацией со своими друзьями или добавить в свои собственные закладки myMed. Принципы, по которым строятся подкасты Metropolitan Museum, таковы: компактность, авторский подход (в начале подкаста куратор или хранитель обязательно представляются), лаконичность, минимальное количество оценочных суждений (*уникальный, выдающийся, великий, величайший* и т. д.), минимальное использование специализированной искусствоведческой лексики.

#### Подкасты Музея Лондона

Музей Лондона (Museum of London?) посвящен истории города Лондона и его жителей. Это как бы три музея в одном — собственно Музей Лондона, Музей лондонских доков (Dockland's Museum) — бывшей портовой и промышленной зоны на востоке и юго-востоке Лондона и MOLA — Музей археологии Лондона. Библиотека аудиоподкастов этого музея объединена под общим девизом «Podcasts from the Past» (подкасты из прошлого)

<sup>5</sup> Подробнее см. на сайте издательства «Розовый жираф» по адресу [http://pgbooks.ru/want\\_to\\_know/researcher/6844/](http://pgbooks.ru/want_to_know/researcher/6844/).

<sup>6</sup> Подробнее см. на сайте музея по адресу <http://www.metmuseum.org/metmedia>.

<sup>7</sup> Сайт музея расположен по адресу <http://www.museumoflondon.org.uk/>.

и доступна для свободного скачивания через библиотеку iTunes. Подкасты публикуются в формате блогов, и каждый подкаст имеет форму для комментирования пользователями. Каждый подкаст посвящен небольшому сюжету, теме, конкретному экспонату музея или объекту в городе. Передвигаясь по Лондону со смартфоном, турист, житель или гость города всегда может превратиться в посетителя музея, скачав и начав слушать соответствующий подкаст.

### Проект qWiki

Многим из нас известна Википедия — свободная энциклопедия, где каждый может стать автором или редактором статьи. Википедия берет свое название от гавайского wiki, что означает «быстрый». По замыслу основателей Википедии, Уорда Каннигема и Бо Леуфа, это концепция быстро создаваемого самими пользователями информационного ресурса, для работы с которым не нужно ничего, кроме интернет-браузера<sup>8</sup>. Но основы Википедии были заложены в 1995 году, когда интернет был медленным, а стоимость дисковой памяти и вычислительных мощностей на серверах — высокой. В результате Википедия, ставшая де-факто самой массовой энциклопедией на Земле, сохраняет свою в основном текстовую природу и систему гиперссылок, свойственную классическому «раннему» интернету. В то же время многие инновационные компании продолжали эксперименты с различными представлениями энциклопедической информацией. Одной из таких компаний стала qWiki — команда из 15 профессионалов в области информационных технологий, которая создала новый формат представления энциклопедических статей<sup>9</sup>. Посетителю сайта предлагается ввести поисковый запрос, на основании которого система формирует видеоклип продолжительностью около 3 минут, содержащий текст, субтитры, изображения и видеофрагменты. По окончании сборки, на которую затрачиваются секунды, начинается воспроизведение клипа: читается текст, идут субтитры, демонстрируются ключевые изображения и видеоролики. Тут же формируется список qwiki-клипов, связанных с данным общими ключевыми словами. Такой подход позволяет сформировать контент, обладающий высоким информационным и эмоциональным воздействием на потребителя. Интересно, кто первым применит его в музее?

### Игры

На многих музейных сайтах можно встретить игры. Это и возможность привлечь внимание детской аудитории, и польза, которую дает освоение

материала в игре — не менторский, не навязчивый, а увлекательный и интересный подход. Разработка игр — процесс гораздо более сложный и дорогостоящий, чем создание подкастов, и в этом смысле требует от музея абсолютно точного понимания своей аудитории, ее возрастных и имущественных особенностей, запросов, привычек, образа жизни, филигранной работы с этой аудиторией и знаний современных компьютерных технологий. При создании игр, как и при создании подкастов, нужно знать свою коллекцию, но не только: важно понимать логику ее построения, связи и то, как отдельные предметы могут быть выстроены в последовательную историю и каким общим сюжетом они могут объединяться. Как нигде больше, при разработке компьютерных игр уместно напомнить о важной проектной цепочке: исследование — проект — реализация — получение обратной связи — утилизация.

Исследование дает ответ на вопросы: какова аудитория музея и ее особенности? каковы ее запросы? какие устройства используются сейчас, а какие скоро выйдут на рынки? что из коллекции музея можно использовать для игры: предметы, сюжеты, персонажи, истории? Проектная фаза дает ответ на вопросы: что мы делаем (замысел), зачем (цель), для кого (аудитория), как (задачи и технологии реализации), когда (сроки), что для этого нужно (ресурсы — деньги, люди, техника, время). Реализация проекта и опытная эксплуатация сопровождаются сбором информации от целевых групп: что нравится, что не нравится, что удобно, что неудобно, есть ли ошибки, устойчиво ли работает приложение, не «падает», не «тормозит», не «глючит» ли. По мере эксплуатации разработчики и музейщики совершенствуют свое детище, и оно какое-то время функционирует. Фаза утилизации также важна: компьютеры и программное обеспечение имеют свойство устаревать, как морально, так и физически. На проектом этапе стоит задуматься о сроке эксплуатации продукта, по истечении которого он может стать... одним из экспонатов музея. Отдельно и сразу решается вопрос, где должна быть размещена игра. Сейчас, как правило, в распоряжении музейщиков есть несколько вариантов:

1) Сенсорный киоск в экспозиции. Преимущество — киоск в своей основе имеет обычный персональный компьютер, он может быть связан с музейной информационной системой, и в распоряжении разработчиков может быть вся его вычислительная мощность. Однако место расположения киоска в экспозиции необходимо тщательно продумать: если плохо сделанная игра все равно не будет пользоваться спросом, то «слишком хорошо» сделанная отвлечет внимание аудитории от экспозиции. Сценарий такой игры, впрочем, обязательно должен быть вписан в контекст экспозиции музея и экспозиционного зала, чтобы обеспечивать логическую связь между тем, что посетитель видит в экспозиции, и тем, что видит на экране киоска. Поэтому основной жанр игр для сенсорных киосков — викторины на внимательность, проверку знаний и игровые путеводители по залам музея.

<sup>8</sup> Подробнее см. на сайте Википедии по адресу <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%B8%D0%BA%D0%B8>.

<sup>9</sup> Подробнее см. на сайте <http://qwiki.com>.

2) Игра, опубликованная на сайте музея. В этом случае она должна учитывать специфику аудитории музейного сайта, которая делится, на, условно говоря, «предпосетителей», которые посещают сайт, готовясь к первому посещению музея, «постпосетителей», которые уже были в музее и хотят получить больше информации и развлечений с помощью музейного сайта, и «непосетителей», которые не собираются или не могут посетить музей в силу тех или иных обстоятельств (чаще всего — территориальной удаленности, когда музей расположен в другом городе, в другой стране, на другом континенте) и могут быть совершенно не посвященными в вопросы археологии, искусствоведения и локальной истории. Игра на сайте всегда рассчитана на определенные предположения о скорости подключения к интернету у пользователя, и в этом смысле нет ничего хуже, когда музей теряет аудиторию из-за того, что ее загрузка длится долгие минуты<sup>10</sup>.

3) Игра для планшетного компьютера или смартфона. Можно сказать, что это «последний писк» музейно-компьютерной моды: в таких играх доступны все ранее недостижимые возможности, например «потрогать» руками изображение экспоната, «пролистать» руками пергамент старинного манускрипта, «заглянуть внутрь» шапки Мономаха и так далее. Игра для планшетного компьютера публикуется на специализированных, интенсивно посещаемых сайтах — iTunes для планшетов и смартфонов Apple или Google Play (более известного как Android Market) для устройств на базе операционной системы Android (Samsung, LG, HTC и т. д.). Практика показывает, что планшетные компьютеры мгновенно осваиваются детьми примерно с трехлетнего возраста, то есть еще не умеющими читать, — настолько прост и интуитивно понятен их интерфейс. Для музея это означает, что можно подумать о разработке детских игровых и познавательных музейных программ для самой младшей аудитории, которая обычно если и ходит в музей, то только потому, что родителям просто не с кем оставить детей. Можно с уверенностью сказать, что разработка музейных игр для смартфонов и планшетов — это terra incognita отечественных технологий в сфере культуры, хотя бы потому, что поиск по слову «музей» и в iTunes, и в Google Play дает ноль результатов<sup>11</sup>. Поэтому музеям, которые хотят занять лидирующее положение в этой сфере, — сюда!

<sup>10</sup> Типовой ошибкой отечественных музейщиков является то, что они стремятся убить двух зайцев сразу, делая игру для киоска и в неизменном виде загружая ее на сайт. Мало того, что сценарии таких игр обязаны быть совершенно разными, но и физический объем программных приложений, измеряемый десятками мегабайт, который можно позволить для киоска, для сайта просто недопустим: посетитель с медленным соединением попросту не дожидается момента окончания загрузки приложения.

<sup>11</sup> На момент подготовки сборника — апрель 2012 года.

### Tate Kids

Лондонская Галерея Тейт (Tate) состоит из четырех музеев — Tate Britain, где экспонируется классика, Tate Modern, где экспонируется современное искусство, и два филиала — в Ливерпуле и Корнуэлле. Но есть и пятый Тейт, существующий в виртуальном пространстве, — Детский Тейт, Tate Kids<sup>12</sup>. Открытый для всех (кто умеет говорить по-английски), детский сайт состоит из 6 разделов: «Моя галерея», где дети могут оценивать изображения произведений искусства из коллекции галереи и загружать собственные, «Игры», «Фильмы», «Мастерская», «Блог» и раздел для взрослых — родителей и школьных учителей. Каждый интерактивный элемент имеет одну, две или три звезды. Так отмечены рекомендуемые возрастные категории — 5-7 лет, 8-10 лет и старше 10 лет. Для родителей имеются рекомендации, как зарегистрировать ребенка под псевдонимом (ником), чтобы его реальное имя не высвечивалось на сайте. Для школьных учителей разработаны специальные рекомендации, как материалы сайта использовать на уроках рисования и истории искусств.

Обратим внимание, что несложная с технической точки зрения процедура регистрации на сайте и возможность загрузки своего рисунка ребенком — не куда-нибудь, а в коллекцию Тейт, способна положительно повлиять на его самооценку и устранить дистанцию между таким, с нашей точки зрения, академичным учреждением, как художественный музей, и обычным ребенком. Обратимся к собственно разделу игр. Основной принцип, который положен в их основу, — объяснение сложного через простое. Так, в игре «Открывая Тернера» (возраст 5-7 лет) показывается, как художник изображал повседневную жизнь в своих произведениях. Игроку предоставляется набор «красок» — огонь, лодка, вода, деревья, сражения, люди, цвета, сооружения, восход, закат, и дается три хода — возможности выдавить на палитру краску только трех вариантов (например, воду, лодку, деревья). Этот путь приводит нас к произведению Тернера, где изображены именно эти три элемента, и возможности оценить (да-да!) произведение по шкале от 1 до 5. Некоторые игры (такие как «Сад Барбары», посвященный изучению скульптуры) имеют сразу три уровня — и для малышей, и для детей постарше. Малышам предлагается просто виртуальная прогулка, а старшим детям — игра «охота за сокровищами», в ходе которой необходимо найти и собрать различные артефакты. Важно, что игры с насыщенной графической представлены в двух разрешениях — обычном и HD, которое более требовательно к скорости интернета и ресурсам компьютера.

Творческий раздел (Tate Create) содержит как то, что можно сделать только в музее (например, шляпу с блестками), так и то, что можно собрать

<sup>12</sup> См. <http://kids.tate.org.uk>.

и склеить из бумаги по выкройкам, опубликованным на сайте. Во всех случаях активности напрямую связаны с коллекцией музея.

### Музей-заповедник «Кижы»

Следует отметить, что попытки отечественных музеев создавать собственные детские игровые и образовательные программы на своих сайтах пока еще редки. В частности, на сайте музея-заповедника «Кижы»<sup>13</sup> есть специальный раздел, посвященный виртуальным музейным путешествиям. Он содержит 8 программ, выполненных в разных жанрах: виртуальное путешествие (Путешествие кижского крестьянина в город Петрозаводск), интерактивная экскурсия (экскурсия в дом карельского крестьянина), программа «Два эпоса — две культуры» (интернет-версия фольклорной выставки), кижская регата (компьютерная игра), перевертыши (пазлы кижских видов), программа «Природа острова Кижы» (её жанр трудно определить, так как на поясняющем тексте написано «Флора и фауна острова Кижы», при входе в программу мы видим подпись «География острова Кижы» и четыре плашки, соответствующих различным временам года), панорамы острова Кижы — круговые фотопанорамы с разных точек острова и программа «Небеса Заонежья», показывающая древнерусские храмы и иконы потолочной живописи. Вместе с тем понять, для какой целевой аудитории предназначены эти программы, затруднительно. Скорее всего, разработчики руководствовались термином «широкий круг пользователей», что в переводе на обычный язык обозначает «аудиторию специфицировать не удалось». Если это — детские программы, то, как минимум, недостает поясняющего текста для родителей и школьных учителей с рекомендациями, как использовать эти программы дома или в школе.

### Карты: от ориентирования к культурной навигации

Появление сервиса GPS привело к распространению на рынке отдельного класса приборов — автомобильных навигаторов, что в свою очередь подтолкнуло разработчиков к созданию электронных карт местности, которые можно загрузить с флеш-карты, чтобы затем путешествовать по ним на автомобиле. Параллельно шел и другой процесс: интернет-компании создавали свои собственные картографические сервисы и услуги. В результате пользователь интернета может выбрать между бесплатными картами Google Maps и Яндекс.Картами, а среди пользовательских инструментов автомобильный навигатор с загружаемой картой вытесняется смартфоном, подключенным к интернету). Программные движки, положенные в основу таких карт, позволяют не только менять масштаб просмотра и листать карту, но и накладывать ее на

космический или уличный снимок. Но важнейшим является другое — теперь стало возможным создавать свои собственные карты, добавлять на них свои собственные описания и собственные слои. Так устроены сервисы wikimapia.org (с использованием карт Google) и Народная Яндекс.Карта, и уже сейчас на этих картах самостоятельно пользователями нанесены миллионы меток. Используя эту возможность, музейщики в состоянии создать подлинную культурную карту региона, переосмыслив таким образом собственное музейное пространство и включив в него не только ту территорию, которая ограничена забором, но и вообще весь мир. В качестве отличного примера приведем проект музея-заповедника «Ростовский кремль» (Ярославская область). В сотрудничестве с компанией NextGis музеем была создана информационная система «Культурное наследие Ростовской земли»<sup>14</sup>. Интерактивная карта содержит около 40 различных слоев, более 2000 фотографий и меток, сгруппированных по различным критериям — история и археология, деятельность купечества, границы и центры региона в различные эпохи и т. д. Но есть и один раздел, на который стоит обратить особое внимание, — «малая родина глазами детей», содержащий коллекцию детских рисунков, связанных с конкретными зданиями, объектами или видами.

Даже если музей не располагает значительными средствами на создание обширной заказной информационной системы, он может самостоятельно на своем сайте с использованием свободно распространяемого программного обеспечения создать интерактивную карту. Для системы Joomla существуют приложения ZhYandexMap (автор Дмитрий Жук) и PhocaMap (разработка чешской компании Phoca). С их помощью, в частности, оказалось возможным за весьма короткие сроки (несколько дней проектного семинара) создать прототип музейной карты Красноярского края<sup>15</sup>.

Становится ясно, что успех дальнейшего использования карт состоит в нахождении способов их превращения в основу для создания различных музейных и межмузейных проектов — квестов, путешествий, поиска кладов и так далее, а разработка таких продуктов — отличная возможность для взаимодействия музеев, учреждений образования и IT-компаний.

### Сферические панорамы: от «бродилки» к образовательной программе

На музейных сайтах набирает популярность новый вид виртуального путешествия — использование так называемых «сферических фотопанорам». С технической точки зрения готовая фотопанорама представляет собой файл

<sup>13</sup> Программы собраны на сайте музея-заповедника по адресу <http://kizhi.karelia.ru/journey/>.

<sup>14</sup> См. <http://map.rostmuseum.ru>.

<sup>15</sup> Подробнее см. на сайте творческой группы «Музейные решения» по адресу <http://museumsolutions.ru/index.php/45-newmuseums>.

в формате Adobe Flash, снабженный элементами управления — кнопками, которые позволяют посетителю сайта совершить виртуальную прогулку по залам музея, меняя направления, переходя из зала в зал и даже приближаясь к отдельным витринам и предметам. Для изготовления панорамы используется фотокамера и специальное приспособление, позволяющее делать снимки по кругу через определенные углы, затем снимки обрабатываются в специальном редакторе и на выходе получают нужный файл. Совсем недавно сферические панорамы Государственного Эрмитажа (Санкт-Петербург) были опубликованы в виде приложения для устройств компании Apple — коммуникатора iPhone и плеера iPod<sup>16</sup>. Приложение для iPhone — это, с одной стороны, справочник-путеводитель, а с другой — коллекция панорам и изображений предметов из собрания музея. Приложение доступно для бесплатной установки (доступно 10 панорам залов), но содержит в себе дополнительные возможности, которыми можно воспользоваться только за дополнительную плату: в частности, возможность просмотреть 100 панорам и 200 экспонатов стоит 1 доллар 99 центов, тематический раздел «Рембрандт в Эрмитаже» — еще 1 доллар 99 центов, раздел «Часы Павлин» — 99 центов. Целевая аудитория приложения — взрослые, и остается только надеяться, что выпуск детских приложений входит в планы Эрмитажа. Над собственными фотопанорамами работают и другие музеи. В частности, Рыбинский музей-заповедник готовит к публикации на сайте фотопанорамы залов музея, а музей-заповедник «Ростовский кремль» презентовал на фестивале «Интермузей-2011» ряд фотопанорам окрестностей озера Неро.

Что же нужно, чтобы превратить фотопанораму в образовательную игровую программу?

1. Определить цель (общую и образовательную) и аудиторию.
2. Выбрать жанр. Обычно в образовательных приложениях используют жанры викторины (ответы на вопросы), охоты за сокровищами (выполнение заданий, каждое из которых дает определенные привилегии играющему и открывает путь к следующему заданию) и квеста — игры-приключения со сложным сюжетом и несколькими персонажами.
3. Выбрать сюжет. В основе сюжета может быть узнаваемая история (для самых маленьких — сказка), а также легенда, миф и реальная история.
4. Выбрать персонажей. В игре пользователь может действовать самостоятельно (на этом построено большинство так называемых «шутеров» — компьютерных игр, где игрок выполняет задание, пользуясь предоставленным ему вооружением), а может руководить виртуальными персонажами. Так, например, в игре по мотивам мультфильма «Следствие ведут Колобки»

этим персонажами являются Шеф и Коллега — герои, имеющие различный характер и навыки (кто-то быстрее бегаёт, кто-то умнее). В Музее звука и медиа в Хильверсуме (Нидерланды) виртуальный персонаж, существующий в сенсорных киосках и выбираемый пользователем в начале посещения музея, является одновременно гидом по экспозиции и мастером игры.

5. Выбрать задания. Задания должны мотивировать пользователя к изучению и использованию коллекции музея, быть адаптированы к его возрасту и учитывать особенности места: если разрабатывается игра для сенсорного киоска или приложение для смартфона, который будет использоваться в музее, задания могут быть привязаны к конкретным витринам и предметам. Если же разрабатывается приложение для сайта, например фотопанорама, которая поможет сориентироваться в музее, то должна быть возможность масштабирования предметов.

6. Спрогнозировать затраты времени пользователя. В любом случае, будь то работа с приложением на смартфоне в музее или работа с музейным сайтом, нужно иметь представление о том, сколько времени пользователь потратит на работу с ними. Психологи обычно знают, как долго в том или ином возрасте человек может сконцентрироваться на игре, и в этом смысле участие психолога в разработке может стать ключом к успеху.

7. Выбрать систему поощрения. Усилия и время, затраченные пользователем на прохождение игры, должны быть вознаграждены — как реальным, так и виртуальным способом. Например, успешное прохождение заданий на сайте может быть вознаграждено купоном на скидку к входной плате в музей, или скидками на покупки в музейном магазине, или вступлением в виртуальный клуб друзей музея.

8. Выбрать систему обратной связи. В некоторых случаях может быть оправдана регистрация пользователя на сайте музея. Зарегистрированный пользователь может сохранять итоги прохождения игр и образовательных программ и накапливать портфолио из загруженных на сайт ответов на вопросы, рисунков и фотографий. Для мотивации пользователей баллы за прохождение игр могут быть обменены на бесплатный билет, сувенир или скидку.

### Варианты заданий

В образовательных программах разработчики могут использовать различные варианты заданий и вопросов к викторинам. В их числе:

1. **Закрытый вопрос.** Вопрос, на который требуется дать один из нескольких заранее заготовленных вариантов ответов. В качестве самого вопроса может быть использован не только текст, но и рисунок, фотография, аудио или видео. Например, можно предложить на выбор три голоса птиц и дать возможность определить, какой из них принадлежит соловью.

<sup>16</sup> См. <http://itunes.apple.com/ru/app/hermitage-museum/id498954947>.

2. Множественный выбор. Вариант закрытого вопроса, где допускается несколько ответов. Например, в викторине на сайте музея техники таким вопросом будет вопрос о выборе из большого набора запчастей тех, которые используются только в танках (гусеницы, броня, перископ).
3. Сопоставление. Пользователю предоставляется два списка, например «Музыкант, писатель, космонавт» и «Гагарин, Глинка, Достоевский». Задача — сопоставить фамилию и профессию.
4. Выстраивание хронологического ряда. Пользователю предоставляется список событий или явлений, которые он должен расположить в определенном порядке. Для подростковой аудитории интересно использовать более одного ряда, чтобы тренировать навык сопоставления. Например, в игре, посвященной истории СССР, этими рядами могут быть графики стоимости барреля нефти на мировых рынках и ключевые события в позднесоветской истории — ввод войск в Афганистан, Олимпиада, XXVI съезд КПСС, перестройка, августовский путч и т.д.
5. Открытый вопрос. Задание, где пользователю предлагается вписать недостающий по смыслу текст.
6. Ответ в виде файла. Задание, где пользователю предоставляется возможность в качестве ответа загрузить свой файл (текст, изображение).
7. Прокладка маршрута с использованием возможностей свободно распространяемых картографических сервисов (Яндекс. Карты или Google Maps). Этот тип задания можно с успехом применять в играх, особенно учитывая возможность в этих сервисах создавать собственные пользовательские слои, которые, с одной стороны, имеют точную привязку точек и областей к месту на карте и, с другой стороны, могут содержать совершенно различные исторические и культурные данные — например, административное деление России в 1913 году или карту Великого шелкового пути.

В любом случае, образовательная программа, сделанная в виде викторины или упакованная в фотопанораму или игровое приложение, должна сопровождаться понятными для целевой аудитории подсказками, в которых объясняется, что именно и почему пользователь сделал неверно, и пояснениями, в которых при правильных ответах или сюжетных шагах пользователь поощряется и ему выдается текст, закрепляющий его верные шаги.

Если хотя бы часть приведенных рекомендаций будет использована музейщиками при разработке игр, викторин, подкастов и других образовательных продуктов, автор будет считать свою работу выполненной.

## Творческая память. Художественные образовательные медиапроекты на основе культурного наследия

Николай Селиванов

*Как организовать творческий образовательный проект, совмещающий две цели — обучение и созидание? Как включить в этот процесс медиа технологии? Какова функция и практическое значение историко-культурного содержания в инновационных проектах? Можно ли такие проекты осуществлять с подростками и как их мотивировать на длительную и трудную работу?*

*Мы публикуем фрагменты текста монографии Н. Селиванова «Компьютерная педагогика. Теоретические основы и опыт внедрения», которая была издана в 2011 году. Здесь приводится опыт успешного решения этих вопросов.*

### Опыт 1. Методология осуществления художественного образовательного проекта с использованием медиатехнологий

В качестве примера практического опыта, позволившего выявить структуру творческого проекта, основанного на художественном осмыслении технически опосредованных средств выражения — медиатехнологий, мы опишем широкомасштабный и оригинальный образовательный эксперимент — Объединенные художественные мастерские (ОХМ).

Одним из общих проектов для ОХМ стал проект «Игра» (кураторы — Н. Л. Селиванов, Т. В. Селиванова), в котором фототехнологии были избраны как интегративная основа для целого спектра современных художественных практик. Участникам проекта для методологических интерпретаций была предложена концепция фотопроцесса как технически опосредованного художественного метода. В первую очередь фотопроцесс понимался как многокомпонентная последовательная деятельность, каждая часть которой объявлялась средой для художественного проектирования.

Кроме того, фотопроцесс по типам деятельности был разделен на три больших этапа, которые предстояло осмыслить учащимся:

- 1) объект — выбор объекта съемки в окружающей реальности, специальное создание этого объекта (постановочная фотография, инсталляция, арте-

факт) или использование готовых фотографий (своих, из чужого архива, случайно найденных или взятых из журналов, газет и т. п.);

2) технология — оптико-механический процесс, возможности обработки и манипуляций с пленкой или стеклянной пластиной, возможности ручной печати фотографий (химические или цифровые способы обработки);

3) демонстрация — подготовка готовых фоторабот к презентации, нахождение формы экспонирования, позволяющей раскрыть содержание всего фотопроцесса, всей уникальной последовательности действий.

Манипуляция с частями фотопроцесса, с возможностью внедрения художественной воли в технологически закрытый, на первый взгляд, цикл, рассматривалась как игровой метод творческого познания. Это и определило название всего проекта — «Игра».

На базе трехчастной структуры процесса (объект — съемка — демонстрация) были сформулированы следующие проблемные аспекты, расширяющие поле проектной творческой деятельности:

а) составляющие фототехнического процесса, его сегментация на части — оптические, механические, химические, организационные;

б) взаимодействие фототехнологии с иными медиаформами, компьютерными в первую очередь;

### Историческая справка.

В 1994—1995 годах на базе Центра современного искусства в Москве (ЦСИ) были организованы Объединенные художественные мастерские (ОХМ). Целью ОХМ стало создание новой модели художественного образования для подростков и молодежи и разработка новых методов творческого развития будущих художников, музыкантов, театральных режиссеров. В связи с этим партнерами ЦСИ выступили три образовательные структуры — Институт современного искусства (рук. В. Дажина), некоммерческие организации «Мастерская будущего» (рук. Н. Селиванов; так тогда называлась «Мастерская художественного проектирования») и «Институт технологий искусства» (рук. С. Шутов). Позднее в работу ОХМ включился «Термен-Центр» при Московской консерватории (рук. А. Смирнов). В качестве руководителей мастерскими были приглашены известные московские художники (Д. Пригов, А. Пономарев, Б. Орлов, Д. Гутов, Ю. Лейдерман, Б. Юхананов). Работу ОХМ поддерживали галереи Центра современного искусства — «Школа» (галерея фотоискусства, директор — И. Меглинская), «ТВ галерея» (галерея медиа искусства, директор — Н. Зарецкая) и ряд других галерей. Были сформированы авторские образовательные мастерские. Деятельность мастерских в рамках ОХМ объединяли общие выставочные проекты, лекции, диспуты. Учащимися ОХМ являлись подростки и молодые люди от 14 до 25 лет. В центре внимания работы мастерских оказались медиасредства — фотография, видео, компьютер и интеллектуальные формы творчества, которые объединяет понятие «концептуальное искусство». Обучение в ОХМ носило проектный характер. Руководитель каждой мастерской предлагал своим учащимся тематический проект, интеллектуальные методы работы и средства реализации.

в) фотопроект как часть и проявление разнообразных форм художественной деятельности — театра или перформанса, скульптуры (объект), инсталляции, социальных художественных проектов и т. п.

Площадка для презентации, она же — «Территория игры» (залы ЦСИ), была разделена на «Ателье» (территория постановочной фотографии), «Павильон» (территория инсталляций, объектов, технических экспериментов), «Перформансы» (территория, где проходили перформансы, лекции, обсуждения, встречи, становившиеся объектами съемки).

Технологией проекта была выбрана пленочная фотография, поэтому важнейшей задачей стала организация технической базы проекта. Такой базой явилась фотолаборатория галереи фотоискусства «Школа», а лаборант этой галереи (фотохудожник А. Александров) сформировал небольшой, но достаточный дидактический комплекс (включая инструкции, рецепты препаратов, демонстрация процедур), позволивший учащимся вести самостоятельную работу и экспериментировать с материалами.

В авторских мастерских учащимся были предложены разные игровые проектные задания, отражающие специфику мастерской (мастерские вели как отдельные художники, так и группы).

Интересный вариант проектного задания игрового типа, основанного на интерпретации чужой (архивной) черно-белой фотографии, разрезанной на несколько частей, был предложен в одной из мастерских (руководители — А. Алексеев, Т. Добер). Текст этого задания выглядел следующим образом:

«<...>

1. Найти в расположении частей одной фотографии (или в выложенном в ряд последовательном цикле) недостающие куски. Дать (сделать) недостающий, дополнительный снимок.
2. Придумать текст по этим фотографиям:
  - а) повествование;
  - б) культурно-философское эссе;
  - в) рецензию;
  - г) историческую реплику (с точки зрения истории персонажей).
3. Графически изобразить последовательную серию изображений, сопровождаемых подписями (комикс).
4. Использовать фотографии как компонент собственной работы.
5. Сделать из всех фотографий коллаж.

6. Сделать фотографии, подобные этим:
  - а) в эстетическом ключе;
  - б) в историческом ключе;
  - в) сходные по композиции.
7. Сделать цветную версию фотографии.
8. Разработать художественно-графический ряд, использующий эти фото в орнаментальном ключе.
9. Использовать фототехнические средства в работе над фотографиями (вираж, растр, оптические искажения).
10. Сделать макет книги, главы в ней или газетный разворот, произвольно используя эти фотографии в качестве фотоиллюстраций.
11. Придумать несколько вариантов рам или художественно-графических обрамлений для этих фотографий.
12. Сделать художественный объект, используя эти изображения.
13. Осуществить перформанс, используя эти изображения.
14. Найти «анalogии» этим фотографиям в классике изобразительного искусства, принимая за точку отсчета любую характеристику (деталь, композиция, содержание, время, эстетика) <...>».

Данный пример показывает широту взгляда на понятие «творческие проекты», создаваемые участниками «Игры».

Завершением проекта «Игра» стала общая экспозиция, в которой учащиеся должны были представить все материалы своего фото процесса — объекты, созданные для съемки, костюмы и атрибуты перформансов, пленки, эксперименты с фотопечатью и т. п. Каждую персональную экспозицию сопровождал текст автора, концептуально обобщавший личные результаты работы.

Любопытно, что несколько авторов, у которых работа складывалась не лучшим образом, смогли с помощью текстов остроумно проинтерпретировать свои неудачи, превратив их в концептуально интересные объекты, тем самым продемонстрировав значение всех частей фото процесса, включая экспонирование.

Анализ проекта «Игра» позволил выявить методологические принципы творческой адаптации технических средств выражения, определить формы деятельности художника с медиатехнологиями. На основе этих выводов в дальнейшем была разработана базовая методология творческого образовательного процесса с использованием медиа, которая многократно использовалась на практике, получая дальнейшее развитие.

При описании методологической структуры нами было выделено два специфических комплекса условий, позволяющих увидеть особенности художественной и образовательной деятельности с использованием технически опосредованных средств, медиатехнологий, включая ИКТ.

#### Первый комплекс условий

- 1) Каждая медиатехнология является последовательностью, состоящей из отдельных методологических и технических процедур. Задача художника — проанализировать и выделить из единого технологического процесса эти отдельные сегменты с целью осмысления их роли в создании общего результата.
- 2) Так как медиа представляют собой гибридные формы, состоящие из самостоятельных репрезентативных средств, то каждая составляющая их часть является потенциальной возможностью художественной деятельности.
- 3) Художественное осмысление сегментов медиатехнологии позволяет формировать уникальные проектные задачи, непосредственно связанные со спецификой конкретных медиасредств.
- 4) Проектная организация творческого процесса позволяет органично включать художественную деятельность в технологические процедуры.
- 5) В организации образовательной деятельности необходимо выделение двух взаимозависимых процессов:

- а) разработка концептуальной структуры проекта, его смыслового содержания;
- б) разработка художественно-технического комплекса — медиасредств, «транспорта» для смыслов и метафор.

На основании изложенного выше можно выявить алгоритм художественного медиапроекта:

А) анализ технологической схемы, выделение из нее локальных значимых сегментов → Б) формирование творческих гипотез и идей по художественному внедрению в сегменты технологической схемы → В) изобретение метафор и путей их представления в данной технологии → Г) разработка концептуальной интегративной схемы проекта, объединяющей смысловые и технические аспекты → Д) воплощение метафор в выбранной технологической форме → Е) демонстрация.

#### Второй комплекс условий

- 1) Творческую образовательную деятельность с использованием медиа целесообразно организовывать в форме интегративных тематических

проектов, а не в форме поэтапного (поурочного) распределения учебного содержания с включением проектной компоненты. Только проектная организация, определяемая конкретной темой, развиваемая в соответствии с определенным проектным алгоритмом, приводящим к законченному результату, позволяет формировать и поддерживать творческую мотивацию у учащихся в процессе обучения.

2) Образовательный процесс строится в соответствии с разработанным алгоритмом художественного медиапроекта, но в рамках образовательной организационной схемы и дидактических целей.

3) Общим каркасом творческого образовательного проекта может являться продуманная смена отношений между учащимся и педагогом, которую мы определяем как ротационный принцип смены познавательных установок — ПАМЯТЬ/ПРОЕКТ.

Так, образовательная деятельность по формированию компетенции у учащегося, когда преподаватель занимает позицию эксперта, сменяется на творческую совместную деятельность преподавателя и учащегося. В данном случае преподаватель занимает позицию исследователя и проектировщика, вступая в равноправный диалог с учащимся. Время на формирование компетенции у учащегося и время на проектирование не регламентируются жесткими рамками: эти процессы развиваются параллельно, информационно подпитывая друг друга. Ротационный принцип смены познавательных установок составляет единый образовательный процесс. Данный метод особенно эффективен, если основывается на использовании компьютерных технологий, их электрической скорости получения и обмена информацией и, соответственно, быстром формировании компетенций у участников процесса.

4) В процессе художественного образования идет целенаправленное формирование особой «творческой памяти» у обучаемых, основанной на осмыслении историко-культурного опыта человечества и позволяющей осуществлять проектную деятельность в области ИКТ.

Речь идет не просто о познаниях в области художественной культуры и гуманитарных наук, а о концептуальных творческих схемах, раскрывающих процесс становления смысловых конструкций в образно-метафорических формах.

[ ! ] Самым эффективным способом формирования «творческой памяти», способной генерировать новые идеи и поддерживать творческую мотивацию, является получение личного опыта в процессе интерпретации образов, идей, метафор, созданных другими авторами (не обязательно классиками, но и современниками, и массовой культурой и т. п.). То есть

необходимо получить опыт художественной интерпретации — опыт порождения метафоры. Только в этом случае возможна инкультурация творческой деятельности детей и подростков. Тогда все историко-культурные ресурсы тотчас же начнут восприниматься учащимися как жизненно необходимый живой источник для личной творческой деятельности.

5) Творческий образовательный процесс непосредственно связан с технологией. Поэтому большое значение имеет продуманное формирование технической базы и технико-методологического сопровождения учебного процесса. Идеологию подходов к формированию технологического комплекса для художественного образования определяют следующие аспекты:

— интегративная техническая основа — базовая медиатехнология, позволяющая осуществлять «сборку» проекта;

— вариативность репрезентативных средств, обеспечивающих создание разных проектов;

— открытость технологий для творческого процесса.

6) Методологические подходы к использованию компьютерных технологий в художественном образовании имеют свою специфику, связанную с использованием программных средств.

#### 6.1. Подбор компьютерных программ

Принципиально важным фактором при подборе программных компьютерных средств является возможность разработки сложных гибридных форм, сочетания в одном проекте работы с несколькими программами. При этом сначала нужно выбрать базовую программу, которая сможет объединить все отдельно созданные объекты в единую структуру. Такими программами могут быть программы трехмерной визуализации, программы для видеомонтажа, разные редакторы для создания веб-страниц, программы для создания интерактивных мультимедийных проектов и т. п.

#### 6.2. Освоение программ

Осваивать компьютерные программы целесообразно в непосредственной связи с конкретными проектными задачами, то есть извлекать из всего спектра возможностей то, что требуется для реализации данной задачи. Изучение компьютерных программ «впрок» не приносит ожидаемого результата: учащиеся скоро забывают материал, не связанный с их практическими потребностями. Для знакомства учащихся с программами с целью появления у них идей и проектных предложений целесообразно использовать игровые методы, предлагая кратковременные задания, раскрывающие только некоторые функциональные возможности программы, которые могут сразу же превратиться в средство художественного выражения.

## Опыт 2. Образовательный проект, направленный на интеграцию компьютерных технологий в художественное образование

В современной школе, как и в учреждениях дополнительного образования, невозможно найти организационную форму для системной интеграции компьютерных технологий в художественное образование. Осуществление непродолжительных по времени и ограниченных по своим задачам экспериментов не может рассматриваться как опыт, достаточный для каких-либо серьезных выводов. Наши идеи, связанные с видением значительных педагогических и творческих перспектив в использовании компьютера в художественном образовании, требовали специальной формы полноформатного проекта. Такой проект можно было осуществить только с институциональной поддержкой и большим количеством участников.

Не меньшее значение имел художественный контекст и проблемное содержание проекта. Все эти соображения определили выбор места для такого проекта, которым стала Государственная Третьяковская галерея.

Программа «next.tretyakovgallery.ru» была осуществлена нами в 2005—2006 учебном году в Государственной Третьяковской галерее на Крымском валу в контексте собрания искусства русского авангарда. Соорганизаторами программы выступили Институт художественного образования РАО (ныне Учреждение Российской академии образования «Институт художественного образования») и Творческая мастерская Государственной Третьяковской галереи на Крымском валу.

Целью программы «next.tretyakovgallery.ru» являлась организация творческого образовательного процесса в музее, результатом которого станут самостоятельные медиаработы молодых авторов, интерпретирующие произведения русского авангарда из собрания музея. Программа предусматривала работу с разными медиа — фотографией и видео, но в центре внимания находились компьютерные технологии.

В программе принимали участие учащиеся из учебных заведений трех типов, имевшие разный опыт освоения компьютерных технологий:

- 1) учащиеся, обучаемые в русле интегративного художественного образования;
- 2) учащиеся, обучаемые в русле медиаобразования (медиастудии, школьные центры);
- 3) учащиеся, обучающиеся в русле существующих программ по информатике в общеобразовательной школе.

Проектное задание для участников программы включало работу над тремя составляющими:

- а) выявление нужного содержания из информации, предоставленной музеем;
- б) нахождение автором проекта дополнительной информации о произведении, идеях, событиях и фактах, связанных с произведением;
- в) создание медиапроизведения, представляющего художественную интерпретацию музейного объекта с помощью компьютерных, видео- и фототехнологий.

Проектное задание предполагало, что участникам программы необходимо создать сложный информационный объект познавательного типа, а не «сделать что-то на предложенную тему». Этот информационный объект должен был раскрывать музейное содержание в новой коммуникационной форме, быть актуальным для восприятия его молодыми людьми.

Открывало программу знакомство с примером интерпретации художественного наследия в форме образовательного творческого интернет-проекта. Это тематический молодежный сайт, созданный Музеем Энди Уорхола в Питсбурге, представляющий одно из самых значительных, но при этом малоизвестное произведение художника — «Капсулу времени». Художник на протяжении многих лет упаковывал в ящики все, что скапливалось на его столе (наброски, записки, приглашения, буклеты, карандаши, фотографии, календари, самые разные предметы), ставил на ящике дату и подпись. «Капсул времени» хранится несколько сотен. Одну из них открыли, и фотографии объектов представили в интернете, предлагая молодым посетителям сайта создать интерпретацию этого произведения или сделать свою виртуальную «капсулу времени». Этот семинар позволил начать программу, обозначив две ключевых темы — медиа и интерпретация.

Рассказ куратора музея Энди Уорхола об оригинальных идеях, связанных с творчеством художника, включил участников программы — молодых авторов в активную дискуссию. Подростки с самого начала программы получили возможность чувствовать себя находящимися в центре творческой деятельности, а не пассивными слушателями искусствоведческих курсов. Такой подход — творческий, проблемно-дискуссионный стал определяющей формой отношений между всеми участниками программы.

Для включения в содержание программы проблематики медиакультуры нами специально был разработан уникальный лекционный цикл «Медиа. Из истории репрезентативных технологий», включавший четыре темы — «Иллюзии», «Звук», «Шоу», «Инфоархитектура». «Иллюзии» — история технических средств создания зрительных иллюзий, которые лежат в основе современных медиатехнологий. «Звук» — история технических средств звукозаписи и звуковоспроизведения. «Шоу» — история массовых «технологий репрезентации». «Инфоархитектура» — проблемы разработки информационной структуры проекта и управления его содержанием.

Идеологическим стержнем этого лекционного курса стала личность изобретателя — создателя своих собственных технических средств для представления идей, образов и звука. Такой подход должен был сформировать у каждого участника программы позицию проектировщика новых форм медиа. Для укрепления этой позиции были проведены мастер-классы художников, переносившие разговор из области истории в сегодняшний актуальный художественный процесс.

Завершающий мастер-класс был посвящен теме фотоколлажа, который в свое время также являлся авторской разработкой нескольких художников.

Соотнесение в рамках единой программы истории авангарда начала XX века и истории технических средств репрезентации обнаружило общие черты этих культурных феноменов, которые можно определить как проектность, нацеленность на изобретение и открытие, на деятельность инновационного порождающего типа (в отличие от культуры рефлексивно-критического типа, развивавшейся с конца XIX века по настоящее время). Искусство авангарда начала XX века, приветствовавшее эпоху техники и индустрии, сложило художественную программу совершенно нового типа — эстетически адаптировавшую идеи и образы промышленного мира. Этот опыт имеет большое значение для современной культуры, связанной с информационными коммуникационными технологиями, проще говоря, с появлением электронного устройства — компьютера в сфере художественного творчества.

Для проектной работы в музее при формировании индивидуальных информационных ресурсов было использовано педагогическое приспособление — проектный паттерн (или «проектный шаблон»). Этот шаблон базировался на предложенной нами концепции «образа музейного предмета» как интегративной информационной структуре. Шаблон был нацелен на анализ произведений русского авангарда и призван извлечь избыточное количество информации об объектах, которые планировалось интерпретировать медийными средствами. В процессе работы над проектным шаблоном сознание исследователя должно было вырабатывать свои собственные гипотезы и идеи, необходимые для формирования мотивации творческого действия и для начала художественной деятельности.

Полученная с помощью шаблона информация позволила приступить к процессу интерпретации, осуществляемой участниками самостоятельно и на совместных проектных занятиях.

Было проведено коллективное проектно-творческое занятие непосредственно в залах музея, где анализировалось произведение Владимира Татлина «Доска №1. Старо-Басманная».

Это проектное занятие состояло из двух частей — работы в залах музея и работы в мастерской, находящейся здесь же в музее. В залах музея произведение было проанализировано, были выявлены разные содержательные

контексты, в которых оно существует, намечены пути его осмысления и интерпретации. А в мастерской найдены метафоры, сформулирован проект и определены формы воплощения медиасредствами.

Проектное занятие целиком было построено в рамках метода ПАМЯТЬ/ПРОЕКТ. Формирование «памяти» происходило в активном процессе анализа произведения, когда поэтапно формулировались проблемные вопросы. А «проект» логично развивал аналитическое начало, естественным образом переводя теоретизирование в творческую фазу.

После этого занятия и выбора медиатехнологии индивидуальная работа участников получила характер ясной системной деятельности, интегрирующей компьютер как неотъемлемую часть проекта.

При анализе итогов программы интересным фактом явилось разнообразие форм компьютерных воплощений, отражавших выработанную творческую позицию молодых художников как разработчиков новых медиа.

Из всего этого разнообразия можно было выделить следующие группы:

- виртуальный конструктор;
- пазл-головоломка;
- пазл-конструктор;
- видеофильм, опосредованный компьютерными технологиями;
- компьютерный анимационный фильм;
- анимационный объект;
- компьютерный фильм на основе статичных изображений;
- интернет-сайт;
- управляемая презентация, оснащенная навигационным меню;
- презентация для автоматического просмотра;
- трехмерная виртуальная выставка;
- рабочий стол компьютера — он же гипертекстовый каталог;
- дизайн интерфейса сайта;
- интерактивный аудиообъект.

Среди этих форм особое место занимают виртуальные конструкторы. Появление этой формы в проекте было обусловлено фундаментальными свойствами искусства модернизма начала XX, опирающимися на проектные методы создания произведений, формализацию изобразительного языка, а также на игру и активные способы художественной коммуникации.

Виртуальные конструкторы — это небольшие компьютерные программы, предлагающие пользователю создать свое произведение. Но создание осуществляется с помощью средств и методов конкретного художника, пре-

вращенных в медиаинструменты. Так пользователь на практике знакомится с художественным явлением изнутри. Для создания такого виртуального конструктора от интерпретатора требуется глубокое понимание особенностей художественных выразительных средств. Виртуальный конструктор как учебно-творческий инструмент охватывает сразу двух субъектов познавательной деятельности — разработчика и пользователя.

Эта совершенно новая форма инструментов для художественного образования получила свою апробацию в рамках программы «next.tretyakovgallery.ru». Участниками программы были разработаны виртуальные конструкторы «Владимир Татлин», «Александр Родченко», «Яков Чернихов», «Илья Чашник», «Агитплакат».

Всем участникам программы, вне зависимости от выбранной ими медиаформы, были предложены практические занятия по разработке экранного интерфейса. В качестве универсального средства для создания осмысленного и гармоничного экранного объекта была предложена «сетка» — линейная схема размещения экранных элементов.

Здесь опыт формальной геометрической абстракции художников начала XX века, превратившейся, в частности, в основы современного полиграфического дизайна, вновь стал историко-культурным контекстом проектных занятий. Но создание интерфейса с помощью «сетки» понималось как проектирование информационной визуальной системы, в которой место и размеры каждой части должны быть обоснованы с двух позиций — с позиции коммуникационной целесообразности и эстетики. В случаях конфликта этих двух позиций предпочтение отдавалось эстетике как основе восприятия всего объекта.

Эстетические качества медиапроектов участников программы оказались самыми проблемными свойствами работ. Поэтому для анализа медиапроектов и педагогических аспектов программы «next.tretyakovgallery.ru» были сформулированы специальные критерии. Так, критериями оценки проектного процесса стали:

- 1) оригинальность: индивидуальность, проявляемая в выборе художественных средств выражения и технологических возможностей, в формулировке темы проекта;
- 2) интеллектуальность: смысловые свойства проекта: метафоричность, знаково-символическая насыщенность, концептуальность, структурная сложность;
- 3) технологичность: уровень использования компьютерных технологий определяется наличием интерактивных, гипертекстовых и мультимедийных возможностей;
- 4) художественность: визуальная культура, организация изображения, цветовое решение, выразительность использования средств;

- 5) познавательная мотивация: посещение теоретических занятий, организация самостоятельной познавательной деятельности;
- 6) творческая мотивация: участие в творческих мероприятиях программы, мастер-классах, разработка вариантов своего проекта, полная реализация замысла в завершенной художественной и технологической форме.

Анализируя программу «next.tretyakovgallery.ru», мы разделили типы компьютерных проектов по их репрезентативным и коммуникативным свойствам. Получилось следующее:

1. Игровые формы и интерактивные объекты — 25%.
2. Линейные компьютерные видеофильмы, компьютерная анимация и автоматические презентации — 25%.
3. Медиаобъекты нелинейной структуры, сайты — 22,5%.
4. Презентации, собирающие и организующие информацию в линейную последовательность, управляемые пользователем — 15%.
5. Компьютерная графика и цифровая фотография — 12%.

Этот анализ позволил сделать следующие любопытные выводы.

Методы, использованные нами для интеграции компьютерных технологий в художественную образовательную деятельность, принципиально изменили позиционное соотношение между нелинейными интерактивными и линейными монологическими художественными подходами. Так, во всех известных нам опытах осуществления творческих образовательных мероприятий, подавляющее число компьютерных работ составляют именно линейные пошаговые презентации, управляемые пользователем и создаваемые в русле известных стереотипов.

В программе «next.tretyakovgallery.ru» творческие проекты в игровых формах и интерактивные объекты вместе с медиаобъектами нелинейной структуры, сайтами и презентациями, управляемыми пользователями, составляют абсолютное большинство. Хотя по предварительным прогнозам не менее половины работ должны были составить цифровые фотографии и компьютерная графика как наиболее простые и традиционно понимаемые формы художественной деятельности, использующей компьютер. Как сделать цифровую фотографию и обработать ее в каком-нибудь редакторе — первое, что осваивают все начинающие визуализаторы. Но интерес участников программы «next.tretyakovgallery.ru» определенно оказался на стороне сложных информационных объектов, а не художественно-пластических высказываний.

По прошествии времени становится понятным, что все это было закономерным. Эстетический смысл изобразительной деятельности не является определяющим свойством информационного коммуникационного медиа — компьютера, у которого есть средства для создания и управления знаково-

символическими объектами, информационная сложность, нелинейность и интерактивность. Можно сказать иначе: компьютер инициирует появление эстетики иного типа, основанной на образах и артефактах электронно-цифровой среды, алгоритмизированных формах деятельности, программных кодах, саморазвивающихся системах (в том числе моделирование искусственных форм «жизни») и т. п. Но эти эстетические программы только намечаются.

В этом смысле футуризм и конструктивизм, с которыми знакомились участники проекта «next.tretyakovgallery.ru», когда-то сформулировали программные манифесты индустриальной культуры, в русле которой рождается сегодня компьютерная эстетика.

На наш взгляд, смена эстетических программ современной культуры фокусирует внимание компьютерной педагогики в художественном образовании на формировании знаково-символического и проектно-творческого мышления подростков, а не на развитии суррогатного художественно-пластического мышления с помощью виртуальных имитаций инструментов для рисования, в чем, к сожалению, убеждены многие теоретики «цифрового изобразительного искусства». Компьютер, безусловно, является мощным средством для представления визуальных и аудиальных образов (на сегодняшний день — самым мощным). Но художественно-пластическое и звукообразное мышление ребенка и подростка намного эффективнее развиваются в непосредственном телесном опыте, который стимулирует пространственное воображение и эмоциональную восприимчивость во взаимодействии с бесконечной сложностью окружающего мира и сопротивлением материальной среды.

Рисовать нужно карандашом, а не мышкой или стилусом. А вот нарисованное карандашом на бумаге уже можно трансформировать и мультиплицировать в цифровой форме.

Годичная программа «next.tretyakovgallery.ru» позволила обобщить многолетний, но фрагментарный опыт. Мы еще раз, уже на другом историческом этапе и с использованием новых медиатехнологий, проверили эффективность каркаса выявленного проектного алгоритма, позволяющего интегрировать медиатехнологии в художественный образовательный процесс.

Но в этот раз цель проекта не ограничивалась проблемой освоения медиатехнологий. Нами была сформирована модель художественного образовательного проекта как инновационной формы активного познания и культурного созидания, интегрирующей искусство и дидактику, порождающей совершенно новый тип культурной деятельности.

В схеме этой модели очевидна синхронизация двух мотивированных направлений деятельности — творческой и познавательной. Эта синхронизация осуществлялась благодаря ротации познавательных установок ПАМЯТЬ/

ПРОЕКТ. Содержанием творческой деятельности стала работа над новыми метафорами, над индивидуализацией творческих методов, над технологиями репрезентации. Такое содержание творческой деятельности формировалось деятельностью образовательной — развитием знаково-символических представлений и освоением опыта проектной культуры, знакомством с историей и теорией медиа.

Это позволило теме проекта каждого автора, рожденную в контексте значимого историко-культурного содержания, воплотить в форме медиапроизведения.

Не к тому же результату стремится и искусство? Не является ли целью всего образования такая деятельность?

## Об авторах



**Александр Артамонов** — магистр менеджмента в сфере культуры (Манчестерский университет), инженер-системотехник, эксперт ТГ «Музейные решения», координатор проекта «Новые музеи для Сибири»



**Татьяна Гафар** — искусствовед, кандидат исторических наук, заместитель директора «Агентства культурных инициатив» Волгоградской области, доцент Института художественного образования Волгоградского государственного социально-педагогического университета



**Наталья Копелянская** — музеолог, музейный и социокультурный проектировщик, эксперт ТГ «Музейные решения»



**Ольга Леонова** — музейный педагог, лектор-искусствовед ГМИИ имени А. С. Пушкина



**Дарья Агапова** — магистр искусств, исполнительный директор Центра развития музейного дела, куратор фестиваля «Детские дни в Петербурге» и Всероссийского профессионального форума «Музей и детская культура»



**Вероника Голицына** — филолог, художник, автор интернет-ресурса «АРТ-ГИД»



**Лина Коган-Лернер** — ведущий психолог Национального детского фонда, семейный системный психотерапевт. Координатор арт-терапевтического проекта по созданию сети детских анимационных реабилитационных студий.



**Марина Мацкевич** — искусствовед, кандидат педагогических наук, заместитель заведующего отделом музейных программ Государственной Третьяковской галереи



**Софья Пантюлина** — искусствовед, инициатор и координатор проекта «Семейное путешествие. Всей семьей в музей», заведующая отделом Государственного биологического музея имени К. А. Тимирязева.



**Ольга Сеницына** — искусствовед, заместитель генерального директора ВГБИЛ им. М. И. Рудомино



**Анна Щербакова** — кандидат филологических наук, эксперт ТГ «Музейные решения», доцент кафедры музейного дела АПРИКТ, координатор межмузейного проекта «Семейное путешествие. Всей семьей в музей».



**Николай Селиванов** — художник, куратор, теоретик, преподаватель, кандидат педагогических наук, художественный руководитель и директор АНО «Мастерская художественного проектирования», генеральный директор АНО «Культурное наследие в цифровых технологиях. АДИТ-ПРЕМИЯ», куратор ежегодного Музейного компьютерного фестиваля АДИТ.



**Роджер Харт** — психолог, социолог, директор Центра по изучению среды человека



Фонд  
Михаила  
Прохорова

## О программе «Новые музеи для Сибири» Фонда Михаила Прохорова

«Новые музеи для Сибири» — это комплексная образовательная программа для музейных профессионалов Красноярского края. Программа реализуется Фондом Михаила Прохорова и творческой группой «Музейные решения» при содействии Министерства культуры Красноярского края и Красноярского краевого научно-учебного центра кадров культуры. Программа стартовала в 2010 году.

Цели программы:

- содействовать развитию музейного дела в Красноярском крае и развитию территории с использованием потенциала музеев;
- способствовать профессиональному росту и повышению квалификации работников региональных музеев;
- содействовать развитию новых методов и форм работы музеев с населением;
- способствовать продвижению Красноярского края как одного из лидеров в сфере культурной политики и музейного дела.

Целевая аудитория программы — профессиональное музейное сообщество Красноярского края, НКО, действующие в сфере культуры, администрации разных уровней, руководители и сотрудники отделов развития, отделов информационных технологий, кураторов выставок.

Программа «Новые музеи для Сибири» — это система последовательных усилий, направленных на включение музеев Красноярского края в профессиональный контекст как в России, так и за рубежом, а также на поддержку региональных музейных инициатив. Ежегодное планирование подразумевает сочетание различных образовательных форматов (семинары, лекции, мастер-классы) на территории края и участие музейных профессионалов в конференциях, форумах, стажировках. Помимо этого, одним из основных приоритетов является поддержка новых экспозиций и образовательных программ в музеях Красноярского края.

За 2 года программы представители красноярских музеев приняли участие в 5 региональных семинарах разного типа, а также в специальных образо-

вательных программах в Москве, Санкт-Петербурге и Голландии. Планируется усиление профессиональной мобильности музейных профессионалов края и представление программы на разных площадках.

Сайт программы — <http://museumsolutions.ru>.

Фонд Михаила Прохорова (Благотворительный фонд культурных инициатив) учрежден в 2004 году и стал первой в России благотворительной организацией, которая системно работает с отдельно взятым регионом. Первые два года со дня основания Фонд действовал только на территории Норильского промышленного района. С 2006 года деятельность Фонда распространяется на крупнейший сибирский регион — Красноярский край. С 2010 года Фонд реализует свои проекты в Центральном регионе России: Воронежской, Липецкой, Тамбовской, Белгородской, Рязанской и Калужской областях.

Фонд выбрал стратегию деятельности, основанную на узкой стратификации: он действует средствами культуры на территории, ограниченной рамками одного региона, с учетом совокупности его особенностей. Успех во многом определяется реальностью заданных целей, и концентрация усилий и вложений на конкретной территории позволяет достичь наиболее заметного эффекта.

Фонд ориентирован также на поддержку уникальных проектов международного и федерального масштаба, направленных на включение российской культуры в мировой контекст.

Сайт фонда — <http://www.prokhorovfund.ru/>.

## **ВСЕРОССИЙСКИЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ФОРУМ в рамках VII ФЕСТИВАЛЯ «ДЕТСКИЕ ДНИ В ПЕТЕРБУРГЕ»**



### **Всероссийский профессиональный форум в рамках фестиваля «Детские дни в Петербурге»**

Форум, посвященный образовательным и социокультурным программам музеев для детей, подростков и семейной аудитории, проходит в рамках фестиваля «Детские дни в Петербурге» раз в два года. Он совмещает форматы практической конференции и тренинговой программы и становится площадкой для профессионального диалога, обмена опытом и идеями, повышения квалификации и обучения.

Программа Форума традиционно включает:

- мастер-классы и выступления отечественных и зарубежных экспертов,
- игровые тренинги и практикумы,
- живой интерактивный показ детских программ петербургских музеев,
- методические выставки,
- презентации лучших проектов российских музеев.

Организаторы Форума: Комитет по культуре Санкт-Петербурга, Центр развития музейного дела, Музей Анны Ахматовой в Фонтанном доме.

Форум 2011 года проходил под заглавием «Музей и детская культура: активное участие, игра и удовольствие». Его содержательными приоритетами были следующие темы:

- детская культура: интеграция и партнерство;
- новая аудитория и современный детский проект в музее;
- музей как проводник культуры участия.

Форум-2011 был организован при поддержке Генерального консульства США в Санкт-Петербурге, Генерального консульства Швеции в Санкт-Петербурге, Британского совета, австрийского бюро по вопросам кооперации в сфере образования KulturKontakt, Голландского института в Санкт-Петербурге, Датского института культуры в Санкт-Петербурге,

Агентства по культурному наследию Дании, Института Финляндии в Санкт-Петербурге, Ассоциации менеджеров культуры, Союза музеев России.

В Форуме-2011 приняли участие более 140 сотрудников музеев из разных регионов России, а также коллеги из США, Великобритании, Швеции, Дании, Нидерландов, Финляндии, Австрии, Эстонии и Украины.

Подробности — на сайте <http://museum12345.ru>.

## **О творческой группе «Музейные решения»**

Творческая группа «Музейные решения» — это открытое объединение профессионалов в области музейного дела и социокультурного проектирования. Мы работаем с музеями и в сфере культуры более 10 лет и занимаемся разработкой образовательных, исследовательских, консультационных и творческих проектов. Основные сотрудники группы находятся в Москве, но наши проекты всегда включают уникальный состав экспертов из российских регионов и Европы. Наша деятельность включает в себя:

- разработку образовательных, детских и интерактивных программ для музеев и консультирование по поводу таких программ;
- разработку и проведение курсов, тренингов и семинаров для сотрудников сферы культуры;
- применение информационных технологий в музеях (разработку музейных сайтов, консультирование в области информатизации музеев, разработку информационной политики музеев);
- работу с концепциями и стратегиями развития музеев;
- проведение исследований музейных аудиторий (консультирование по развитию аудитории).

### **Наши последние проекты:**

- программа «Новые музеи для Сибири» Фонда Михаила Прохорова с музеями Красноярского края;
- проект «Концептуализируя музей» с Государственным биологическим музеем им. К. А. Тимирязева и Институтом «Стрелка»;
- экспертная поддержка проектов «Семейное путешествие. Всей семьей в музей», «Детские дни в Петербурге», «Межмузейные маршруты в Перми»;
- эксперты творческой группы читают лекции и образовательные курсы для музеев России и СНГ.

Подробности – на сайте <http://museumsolutions.ru>.

