

О. А. Яценко-Байрд

МУЗЕЙ И ПОСЕТИТЕЛЬ: МЫСЛИ РУССКОГО КУРАТОРА О СОВРЕМЕННОЙ МУЗЕЙНОЙ ПЕДАГОГИКЕ В ВЕЛИКОБРИТАНИИ

Недавно на сайте Фонда Потанина «Меняющийся музей в меняющемся мире» была опубликована информация о стажировках молодых сотрудников музеев России в музеях Великобритании. В ней отмечается, что, наряду с новыми технологиями, особое впечатление на российских музейщиков произвели жесткая ориентация британских музеев на посетителя и качество их образовательных программ. Полученный в Великобритании опыт будет использован как в повседневной, так и проектной работе¹.

Посещение музеев мира, анализ их работы, достижений и неудач, живое и непосредственное общение с коллегами, обмен опытом и мнениями жизненно необходимы для любого профессионального музейщика. Поэтому можно только высказать глубокую благодарность «Фонду Потанина» за замечательные возможности, так щедро предоставленные молодым музейным работникам. Однако важно сознавать, что музеи России вряд ли так уж отстают от музеев Запада и, в частности, Великобритании. Петровская Кунсткамера была основана на четыре десятилетия раньше, чем знаменитый Британский музей, и в то время как сэр Ханс Слоан даже в конце своей жизни все еще рассматривал свою коллекцию, как предназначенную только для ученых и немногих образованных людей², Кунсткамера была изначально адресована всем слоям общества. Уже в указе Петра Первого были ясно обозначены образовательные задачи учреждения («Как все собранное здесь в надлежащем порядке учреждено и расставлено, то всякого желающего <...> смотреть пускать и водить показывая и изъясняя вещи») ³. Таким образом, музейное просвещение в России уходит корнями в достаточно далекое прошлое. На протяжении десятилетий оно развивалось параллельно с западным. Примерно в одно и то же время Джон Дьюи (1900 – 1956 гг.) в Америке и Н. Ф. Федоров (1829 – 1903 гг.), М. В. Новорусский (1861 – 1925 гг.) и А. У. Зеленко (1871 – 1953 гг.) в России размышляли о теории музейного образования и анализировали различные его методы, прежде всего – дидактический, подразумевающий передачу знания от старшего к младшему, от учителя к ученику, от куратора к посетителю, и субъективно-экспериментальный, подразумевающий поиск и приобретение нового знания самим уча-

¹ Сотрудники музеев России в апреле 2010 года отправятся на стажировку в музеи Великобритании // <http://www.museum.fondpotanin.ru/publ/index>. (Ссылка последний раз проверялась 7. 02. 2010 г.)

² «Его сердечным желанием было сохранить его коллекцию для образования и пользы тех, кто, как и он, занимался наукой». См.: Sloane, Hans // Oxford Dictionary of National Biography. Vol. 50. P. 248.

³ http://www.kunstkamera.ru/history/encyclopedia/1st_museum. (Ссылка последний раз проверялась 14. 03. 2010 г.)

щимся⁴. На некоторых исторических этапах методики российской музейной педагогики не только не отставали от западных, но и обгоняли их⁵.

Хорошо заметно, что музеи России и Запада существовали и существуют в различных ценностных и культурных сферах. Поколения русских философов и просветителей – от Н. Ф. Федорова до Ю. М. Лотмана и А. М. Панченко – глубоко осознавали эти культурные различия. Поэтому представляется, что прежде чем переносить на российскую почву британский музейный опыт, его следует критически проанализировать с точки зрения российской культуры, духовных и интеллектуальных традиций, а также истории отечественного музейного дела.

Согласно Ю. М. Лотману, культура «всегда подразумевает сохранение предшествующего опыта. Более того, одно из важнейших определений культуры характеризует ее как 'негенетическую' память коллектива. Культура есть память. Поэтому она всегда связана с историей, всегда подразумевает непрерывность нравственной, интеллектуальной, духовной жизни человека, общества и человечества»⁶. С этим определением ясно согласуется понятие **музейной** культуры – наличия исторического сознания, умения понимать предметы музейного значения как часть культурного наследия⁷. По словам Н. Ф. Федорова, «Музей есть выражение памяти общей для всех людей, как собора всех живущих <...> Музей есть исследование, производимое младшим поколением под руководством старшего»⁸. В российской музейной практике сегодняшнего дня по-прежнему актуальна мысль И. М. Гревса, высказанная в 1921 г.: «Восстановление связи с прошлым, оживление любви к старине – существенное условие грядущего культурного возрождения»⁹. Но любовь к старине передается от старших к младшим, а связь с прошлым осуществляется в процессе взаимодействия поколений. Память не может быть внезапно открыта в процессе какого-либо эксперимента, а связь с прошлым не возникает из тактильных ощущений или физических упражнений. Поэтому в российской истории образования – при всем знании, понимании и применении других методов – дидактическая форма была и остается преобладающей. Процесс познания в музее понимается как ознакомление с историей, культурой, искусством народов. Научить посетителей видеть в музейном экспонате отпечаток духовного мира, психологию людей другой эпохи оказывается одной из важнейших задач музейной педагогики¹⁰. При этом обретение новых знаний, пробуждение воспоминаний, эмоциональное переживание соотносятся с развитием общей культуры в самом широком значении этого слова. В это же время, один из современных американских исследователей заметил, что в обширной западной литературе по проблемам музейной педагогики, в сущности, нет точного определения культу-

⁴ См. подробнее: *Юхневич М. Ю.* Педагогические, школьные и детские музеи дореволюционной России. М., 1990.

⁵ Напр., ср. отзыв газеты «Wiener Allgemeine Zeitung» о Музее детской книги в 1930-х гг. См.: *Колокольцова Н. Г., Юхневич М. Ю.* Музейная пропаганда 1920 – 30 годов в зеркале прессы. М., 1991. С. 50.

⁶ *Лотман Ю. М.* Беседы о русской культуре. Лекция 1 // Он же. Воспитание души. СПб., 2005. С. 350.

⁷ См.: *Думенко Г. А., Токарева И. Ю.* Музей как социальный институт по приобщению ребенка к историко-культурным ценностям. Ставрополь, 1998.

⁸ *Федоров Н. Ф.* Музей, его смысл и назначение // Он же. Сочинения. Философское наследие. М., 1982. Т. 5. С. 603.

⁹ *Гревс И. М.* Монументальный город и исторические экскурсии // Экскурсионное дело. 1921. № 5. С. 33.

¹⁰ См.: *Думенко Г. А., Токарева И. Ю.* Музей как социальный институт ...

ры и нет согласия относительно значения слова «культура», которое чаще всего понимается в контексте этнографии и антропологии¹¹.

Музейная педагогика не может быть реализована без аудитории, поэтому важно понять, как музей видит своих посетителей. Традиционный российский взгляд на музей как образовательный институт *демократического* характера сложился в конце XIX в. и определил видение музейной аудитории: она включает мужчин и женщин, юных и пожилых, разного уровня образования, обладающих различными практическими навыками, разных профессий и различных рас и национальностей. В 1960-х гг., в условиях всеобщего среднего образования, появился критерий, объединяющий этих людей, и определивший то, что музей НЕ должен специально объяснять: все, что входит в школьную программу. Этот же критерий подразумевает, что дети и младшие школьники НЕ являются частью общей музейной аудитории и, следовательно, в работе с ними должны использоваться особые формы и методы музейной педагогики. Между тем, музейный посетитель и, соответственно, музейная педагогика видятся в Великобритании совершенно иначе. В недавнем номере профессионального журнала «Музейная Практика» было заявлено, что давным-давно прошли те времена, когда посещение музея рассматривалось как возможность самоусовершенствования. Нынешние музейные посетители были описаны как технически-смекалистые и нетерпеливые. Они любопытны, но совсем не считают, что долгая и трудная история развития человечества имеет какое-то отношение к их сегодняшней жизни. Их сравнивают с пассажирами, качающимися в вагоне метро¹². Сотрудник отдела музейного образования в музее Виктории и Альберта видит посетителей как «прохожих, идущих через музейную галерею в кафе»¹³. Такая характеристика английской – и не только английской – музейной аудитории, возможно, и верна, если она относится к молодому поколению в возрасте 15 – 20 лет, которые еще не приобрели жизненного опыта. Но люди среднего возраста, имеющие образование, практические и профессиональные навыки и умения, интересы и хобби, читатели, любители музыки, театра и кино, члены разнообразных обществ, путешественники, специалисты и эксперты, и т.д. исчезли из этого описания, хотя, по сути, они-то и составляют большинство музейной аудитории. Настораживает тот факт, что на образе музейного посетителя как «технически-смекалистого нетерпеливого подростка», презирающего все старое и отжившее – а следовательно, и скучные и «пыльные» музеи – базируется стремление сделать музей релевантным для молодого и энергичного посетителя. В борьбе с образом «пыльного» учреждения музеи обратились к усилению развлекательной роли и почти обязательному введению интерактивностей. В результате, включение в экспозицию копий, реплик или предметов, не имеющих музейной ценности, «которые можно трогать», стало неотъемлемой частью музейной практики. Переодевание в так называемые «исторические костюмы» почти неизбежно. В экспозиционное пространство активно вторгаются кубики, раскраски, книжки и игрушки, зачастую не имеющие явной связи с экспозицией.

¹¹ Hein G. E. Learning in the Museum. London; New York, 1998. P. 146-147.

¹² Gascoigne L. Writing Museum Labels // Museum Practice. Autumn, 2007. Issue 39.

¹³ Ibid.

Возникло немало модных и популярных инициатив, многие из которых стали международными. Например, в последнее время, в связи с недавно вышедшим фильмом «Ночь в Музее» (2006 г.), огромный успех приобрело мероприятие «Ночь в музее», с инициативой которого выступил Бостонский музей науки еще в 1985 г.: «Ночлег в музее науки – это необыкновенное приключение! Где еще вы можете спать рядом с космическим спутником, вытянуться на ночь под внимательным взглядом тираннозавра или рядом с окаменевшими костями трицератопса в возрасте 65 миллионов лет? И какая обыкновенная ночевка предложит вам трехмерный фильм, шоу в планетарии, специальные демонстрации и возможность узнать больше об экспонатах, участвуя всю ночь в научных мероприятиях, полных забавы и развлечения?»¹⁴ Ему вторит Лондонский Музей Науки: «вся ночь удивительного приключения с поворотом в науку! Ночь науки предлагает образование и развлечение для детей и сопровождающих взрослых в течение вечера, полного фантастических мероприятий, который завершается ночлегом в Музее Науки»¹⁵. В массовой популярности и грандиозном коммерческом успехе ночного мероприятия сомневаться не приходится. Сомнение вызывает его образовательное содержание, способность вызвать серьезное и глубокое размышление. Может ли ночь, проведенная в спальном мешке на полу главной галереи Лувра или залов Эрмитажа, приобщить подростка к памяти человечества, научить общению с произведением искусства, дать понятие о музейной культуре, не говоря уж об элементарном представлении о поведении в музее?

Приведем еще один пример: в 2006 г. галерея Тейт (Лондон) разработала серию программ коротких визитов в музей. Они были адресованы «Тем, кто только что порвал со своим партнером», «Тем, у кого важное собрание», «Тем, у кого первое свидание», «Тем, кто в спешке» и «Тем, кто помешан на животных». Буклет «Тем, кто с похмелья» начинается словами: «Провел бурную ночь? Не беспокойся, бывает! Но прежде чем продолжить, надо тебя проверить: мы говорим о «Двух леди Чолмондели» с похмелья или о «Слугах Вильяма Хогарта?» ...» Представляется, что в критериях российских культурных традиций это называется пошлостью.

Недавно, говоря о современном состоянии музееведения, Я. Долак критически проанализировал модную интернациональную программу «Желтые Стрелы», в которой потенциальные посетители призываются получить с вебсайта наклейки с желтой стрелой и поместить их в публичном пространстве, там, где они пережили какую-то свою личную историю или приключение. Таким образом, они смогут ввести себя в музейное пространство, и их личный опыт приобретет публичную известность. Отметив массовость и популярность этого движения, Я. Долак выразил большое сомнение в долговременной исторической ценности таких «воспоминаний» и в необходимости экспонировать их в музеях¹⁶. Можно добавить, что в русском культурном контексте эта инициатива вызывает в памяти хорошо известного гоголевского персонажа, мечтавшего, чтобы «всем там вельможам разным: се-

¹⁴ http://www.mos.org/visitor_info/museum_news. (Ссылка последний раз проверялась 7. 02. 2010 г.)

¹⁵ http://www.sciencemuseum.org.uk/visitmuseum/events/science_nights. (Ссылка последний раз проверялась 7. 02. 2010 г.)

¹⁶ Долак Я. Музеология – настоящее и будущее // Музеология – музееведение в XXI веке: Проблемы изучения и преподавания. Материалы международной научной конференции. СПб., 2009. С. 14-15.

наторам и адмиралам» и даже его императорскому величеству стало известно, что «живет в таком-то городе Петр Иванович Бобчинский» ...

В последнее время появились новые формы участия современной аудитории в жизни музеев. Инициатива «Прыжки в картинных галереях», как и «Желтые Стрелы», началась в Америке, но вышла далеко за пределы одной страны. Молодые (и не очень молодые) люди прыгают в музеях, выражая свое одобрение увиденному. Разумеется, очень приятно, что им так понравилось в музее, что захотелось подпрыгнуть, но хотелось бы спросить, почему за искусство надо прыгать? Как прыжки в музее соотносятся с идеей эмоционального, эстетического переживания и диалога с произведением искусства? Ю. М. Лотман назвал искусство «книгой Памяти и Совести»¹⁷. Можно ли научиться читать эту книгу, прыгая перед великой картиной или скульптурой? В сущности, сама эта форма выражения глубоко противоречит российскому пониманию культуры и интеллигентности, музейной культуры, да и просто хороших манер.

Из вышеизложенного следует, что музейная деятельность, понятая экспертами «Фонда Потанина» как «жесткая ориентация на посетителя», адресована далеко не любому посетителю. Современная западная музейная практика сформулировала положение о том, что единой музейной аудитории не существует и «один размер не может годиться для всех». С этим трудно не согласиться, хотя подобный взгляд вряд ли можно назвать новым. Следуя нынешней государственной политике, все усилия музейного образования в Англии направлены на молодежную аудиторию и на так называемые «массы». Это очень напоминает советскую образовательную и культурную политику 1920-х гг., и было бы замечательно, если бы образование имело в виду передачу исторического опыта и воспитание общей и музейной культуры. Именно так видели свою задачу И. М. Гревс и Н. П. Анциферов, работая с «трудовыми массами» в 1920-х гг.! Но, к сожалению, зачастую оно понимается как усиление развлекательной функции музея и коммуникация в вульгарно-упрощенной манере. Музеи предлагают простейшие тактильные, физические ощущения, но не интеллектуальное стимулирование или эстетическое, душевное переживание. Во внимание не принимаются образованные взрослые люди (которые составляют большинство посетителей!) и специалисты и ученые, то есть интеллектуальная и профессиональная элита страны, которую зачастую путают с социальной элитой.

Приведем несколько примеров: В конце 1990-х гг. в Бирмингеме, одном из главных индустриальных центров страны, был закрыт хорошо известный и любимый Музей Науки и Техники. Наиболее важные экспонаты коллекции сформировали часть постоянной экспозиции нового учреждения «Thinktank» (Мозговой Трест), открывшегося в 2001 г. Если прежний музей активно посещался инженерами, техниками, ремесленниками, машинистами, шоферами и автогонщиками, да и родителями с детьми (музей был бесплатным), то новый и современный «Thinktank» рекламировался как «место для учения и веселья, исследования, соучастия, и исторических артефактов»¹⁸. Дети и подростки рассматривались как важнейшая часть аудитории, поэтому исторические артефакты были щедро сопровождены аудио и

¹⁷ Лотман Ю. М. Чему же учатся люди? // Он же. Воспитание души. СПб., 2005. С. 167.

¹⁸ Eureka! // Midlands' 'What's on'. Sept, 2001.

видеозаписями, компьютерными анимациями и играми. Традиционные посетители чувствовали, что утрачена индустриальная история края и оценили ситуацию как культурную катастрофу и варварство. Поток гневных писем пришел в местную прессу. Даже через семь лет после тех событий, в 2007 г., один из посетителей с болью писал: «Заккрытие музея науки и техники было культурной катастрофой. Это означало, что уникальная возможность создать музей науки и технологий международного уровня была утрачена навсегда. Трудно не прийти к заключению, что нынешние городские политики были зачарованы видением сияющего будущего с семинар-центрами, торговыми галереями, дорогими апартаментами и торопились поскорее избавиться от нашей индустриальной истории и наследия»¹⁹. Но мнение этих людей было проигнорировано, так как социологическое исследование аудитории нового «Thinktank'a» показало, что инженеры, технические эксперты, ученые, специалисты, и т.д. составляют всего лишь около 2 % посетителей. Кроме того, в нынешнем политическом климате они заклеены как «мужчины, белые, средний и высший класс», то есть, социальная элита, и, следовательно, – их мнением можно спокойно пренебречь. Недавно журнал «Музейная Практика» небрежно отмел «всего-навсего 600 специалистов в год», которые были постоянными посетителями музея великого инженера Изамбара Кингдома Брунеля²⁰. Это яркий показатель того, как в погоне за массовостью, посещаемостью и коммерческим успехом игнорируется интеллектуальная элита. Но игнорируя специалистов, музеи теряют цель и смысл научного исследования. Какими бы сложными, капризными, придирчивыми ни были эти люди, они задают критерии музейной жизни и необходимый уровень музейной работы.

Еще один пример: картинная галерея Вулверхамптона предприняла модернизацию своего здания, которая продолжалась шесть лет, с 2001 по 2007 г., и стоила шесть миллионов фунтов. Целью модернизации было создание дополнительных выставочных площадей, где будут организовываться долговременные выставки для молодежи в возрасте 16 – 25 лет. Остальное население города не фигурировало в планах. Следуя этой линии, музей организовал содержательную и долговременную экспозицию Поп-Арта, которая рекламируется исключительно для молодых людей. Стоило бы принять во внимание, что для поколения в возрасте от пятидесяти и старше Поп-Арт – это ностальгическое воспоминание о юности. Эти людям было бы интересно взглянуть из сегодняшнего дня на события 1960-х гг. и даже поделиться собственными воспоминаниями. Но организаторы экспозиции не имели их в виду, и, как следствие, они не стали ее посетителями.

Интерактивные мероприятия тоже зачастую организуются по советам молодежной аудитории. Так, недавно на сайте картинной галереи Вулверхамптона появился поток фотографий, запечатлевших кривляющихся подростков с раскрашенными лицами. Этот поток был озаглавлен «Это Поп-Арт» и, согласно сайту, фотографии были сделаны молодыми посетителями «под влиянием Энди Уорхола и Поп-Арта». Создатели фотографий явно развлекались от души, но вряд ли они заметили при этом работы Энди Уорхола или Питера

¹⁹ A cultural disaster to close Science Museum // Birmingham Post. 09.06.2007.

²⁰ Gascoigne L. Writing Museum Labels.

Блейка или узнали что-то о политическом, социальном и культурном климате 1960-х гг. Образовательное и культурное содержание такого развлечения вызывает сомнение.

Стиль и язык маркетинга тоже адресованы не широкой публике, а определенным группам, чаще всего подросткам. Так, например, буклет, рекламирующий новый сайт «Thinktank'a», описывал его как «историческое наследие у кончиков твоих пальцев. Новый сайт позволяет тебе исследовать наши интерактивные галереи, не покидая удобств твоего дивана». Не только интерактивные галереи были спутаны с экспозицией оригинальных артефактов, но подобная реклама подразумевает, что визит в музей вовсе не обязателен!

При отсутствии понятия культуры как сохранения и передачи исторической памяти, неудивительно, что в британских источниках массовой информации и рекламных материалах, адресованных современной аудитории, ученые и музейные работники (особенно хранители!) представляются эксцентриками, изучающими материи, не имеющие отношения к сегодняшнему дню, и неспособными общаться с обычными людьми. Но такой образ глубоко оскорбителен для тех, кто хранит память о В. В. Лемус, спасавшей сокровища Екатерининского дворца в годы войны, А. Н. Зеленовой и А. М. Кучумове, восстанавливавшими Павловск, или тех, кто слушал лекции Ю. М. Лотмана и А. М. Панченко.

К образу «скучного хранителя» часто добавляется, что ученые и музейные кураторы, «будучи экспертами в своем деле, плохо пишут»²¹. Недавно журнал «Музейная Практика» славил новую экспозицию музея Брунеля за то, что информационные тексты теперь представлены в словесных пузырях, вдохновленных дизайном комиксов²². Этот же журнал советовал музеям при написании этикеток и сопроводительных текстов следовать журналистскому стилю, «вынохивая, что может привлечь и задержать посетителя». Еще один совет от британского журнализма: «если есть интересный анекдот о музейном объекте – расскажите его. Никогда не позволяйте научным фактам оказаться на дороге хорошей истории»²³. Но такая точка зрения полностью противоречит самой сущности музея как научного учреждения. Приведем слова Ю. М. Лотмана: «Я решительно не понимаю, когда пытаются противопоставить интересы науки и популяризации и говорят о научных проблемах: «Это не для широкого читателя, а для узкого круга специалистов». Это точка зрения того крыловского персонажа, который хотел бы, чтобы «были желуди» и подрывал корни дерева, на котором они растут. Нет науки – нечего популяризовать. О популяризации, противопоставляющей себя серьезному знанию, Александр Блок писал в дневнике 1917 года: «Нельзя оскорблять никакой народ приспособлением, популяризацией. Вульгаризация не есть демократизация»²⁴. Популярный жанр труден, но российская музейная история знает замечательные примеры популярной литературы, созданной музейными хранителями-практиками и учеными академического склада: египтолог и хранитель египетской коллекции Эрмитажа Милица Эдвиновна Матье (1899 – 1966 гг.) не только перевела и опубликовала «Мифы древнего Египта», но и написала детские книги «Кари, ученик художника» и «День египетского

²¹ Ibid.

²² Ibid.

²³ Ibid.

²⁴ Лотман Ю. М. О современном состоянии пушкинистики // Он же. Воспитание души. СПб., 2005. С. 127.

мальчика». Обе многократно переизданы, а последняя – переведена на шесть языков, включая китайский. «Занимательная минералогия» А. Е. Ферсмана была переиздана около двадцати раз. Книги Н. Я. Эйдельмана, адресованные подросткам – «Апостол Сергей», «Твой XVIII век», «Прекрасен наш союз ...» – являются блистательными образцами занимательно-го изложения в сочетании с уважением к научным фактам и научной честностью. Музей обязан разговаривать с посетителем на языке культуры, потому что миссия музея – сохранить и передать историческую память, и противостоять «политической корректности дня», вульгарности и дешевому популизму.

Социологические исследования современной музейной аудитории, ее этнического состава и образовательного уровня занимают очень существенное место в британской музейной практике. Один из наиболее распространенных результатов исследований констатирует, что читательская способность среднестатистического взрослого англичанина чрезвычайно низка, поэтому музейные этикетки и сопроводительные тексты должны быть написаны на языке десяти-двенадцатилетнего подростка. Нежелательно пользоваться определением «восемнадцатый» или «девятнадцатый» век, потому что, согласно результатам исследований, люди не знают и не понимают хронологии, поэтому следует употреблять выражения «1700-е» или «1800-е» годы. Послушно следуя этим советам, музеи убирают из своих текстов слова, даже отдаленно напоминающие какие-либо термины – слова «Возрождение», «Просвещение» и «Романтизм» почти исключены из обращения. Недавно «Музейный Журнал» сообщил, что кураторы новых экспозиций средневекового искусства и Ренессанса в музее Виктории и Альберта (Лондон) были шокированы, узнав, как мало их посетители знают о средневековье и христианстве. Они упростили стиль и язык своих текстов, но автор статьи все же упрекнул их за то, что слово «Реформация» осталось необъясненным²⁵. Обращает на себя внимание, что выбран путь примитивизации музейной речи, а не объяснения слов, понятий и идей. В результате, читая музейные информационные тексты в английских музеях, можно, например, узнать, что до изобретения велосипеда или появления железных дорог люди никогда не путешествовали (картинная галерея Вулверхамптона), или, что сэр Джошуа Рейнольдс писал портреты проституток, чтобы привлечь мужскую клиентуру (выставка Рейнольдса, галерея Тейт). Несколько лет назад, работая над сайтом «Thinktank'a», музейный педагог собиралась писать объяснительные тексты в бульварном стиле, употребляемом низкопробными газетами. Вряд ли подобный этикетаж может вызвать доверие посетителя к научному авторитету музея.

Но действительно ли современная музейная аудитория настолько невежественна? Было указано, что в данных о читательских способностях взрослых англичан существует серьезная путаница: «Средний уровень чтения может быть сопоставлен с уровнем 12 – 14-летнего подростка, скажем, эквивалент среднего тринадцатилетнего школьника с жизненным опытом взрослого. На три года ниже, чем уровень выпускника школы, это не слишком-то высоко, но все же это значительно выше, чем уровень ребенка девяти с половиной лет, который приводится некоторыми исследователями. Для взрослого человека такой уровень чтения

²⁵ Gascoigne L. Mind your language // Museums Journal. 2010, February. P. 22.

ниже функциональной грамотности <...> Представляется самоочевидным, что среднестатистический взрослый англичанин не является неграмотным»²⁶.

Такой музейный посетитель, действительно не являясь неграмотным, раздраженно говорит о тягучем буквализме современной (английской) музеологии, насаждаемой насильно во имя «всеобщей доступности»: «Слишком часто человек приходит в любимый музей после того, как миллионы были истрачены на его «улучшение» и находит меньше предметов в экспозиции и засилье примитивнейших интерпретаций»²⁷. Более благожелательный критик время от времени подшучивает над музеем, как это сделала комментатор «Музейного Журнала» в своих обещаниях на Новый 2010 г.: «Я обещаю не ворчать «О, замолчите и перестаньте разговаривать со мной в этом возбужденно-визгливом тоне, как будто я младенец или собака» в следующий раз, когда над карикатурным изображением человечка, чешущего в затылке, я увижу надпись «Глядя на наш загадочный предмет, как ТЫ думаешь, что это такое?»»²⁸.

Вообще, наблюдение за современной музейной практикой в разных странах приводит к выводу, что работа музеев Голландии, Франции, Германии, Чехии, США гораздо ближе к смыслу и духу российской музейной традиции, чем работа музеев Англии. Недавно британский журналист Джози Эпплтон заметила, что когда в 1980-х гг. музей Виктории и Альберта рекламировался как «отличное кафе с неплохим музеем при нем», это вызвало бурю гнева со стороны научного персонала музея. Прошли годы, и то, что было средством рекламы, к сожалению, превратилось в норму: «музеи стали местом развлечения, проводя карнавалы, сессии диджеев и организуя кружки вязания. Релевантность становится золотым правилом для экспозиций: ничего слишком трудного, ничего отдаленного от сегодняшнего дня»²⁹. Но в это же самое время на стене музея ван Гога в Амстердаме – обращение к людям на многих языках: «Почаще посещайте музеи!»; музейеведы Италии рассматривают музейные тексты как средство развития и обогащения речи ребенка³⁰; гиды и музейные педагоги Америки с энтузиазмом представляют детям великие произведения искусства; музейные работники Германии не думают, что произведение искусства нельзя понять без переодевания в «исторический» костюм. И жители Праги стоят в очереди на выставку, даже если она не «релевантна» сегодняшнему дню и в экспозиционном здании нет кафе!

Без сомнения, стажировка в Великобритании обогатит и расширит кругозор молодых российских музейщиков. Важно только осмысленно отнестись к британскому опыту, взять из него органичное и универсальное, но помнить, что «культура – это организм, который должен развиваться непрерывно, и никого нельзя копировать, надо органически развивать свое»³¹. Российская музейная традиция соотносит музей с идеей «экологии духа» и стре-

²⁶ *Cutts M.* «Writing by numbers: are readability formulas to clarify what karaoke is to song?». См. по адресу: <http://www.clearest.co.uk/files/WritingByNumbersKaraoke.pdf> (Ссылка последний раз проверялась 7. 02. 2010 г.)

²⁷ *Powers A.* Gothic dream // *The Spectator*. 27. 03. 2010. P. 53.

²⁸ *Kennedy M.* Things I resolve not to do in museums this year ...// *Museums Journal*. 2009, January.

²⁹ *Appleton J.* Had a rough night? // *The Spectator*. 25. 03. 2006.

³⁰ См.: *Nardi E.* The Museum Words // Доклад, представленный на конференции ICOM CECA, Монреаль, 2008.

³¹ *Лотман Ю. М.* География интеллигентности: эскиз проблемы // Он же. Воспитание души. СПб., 2005. С. 262.

мится к облагораживанию и воспитанию души. Британская музейная практика – к привлечению посетителя любой ценой и организации развлекательного досуга.

К сожалению, на сайте «Фонда Потанина» не сказано, приедут ли британские музейщики на стажировку в Россию. Представляется, что российский музейный опыт тоже заслуживает внимания и осмысления со стороны британских коллег.