

**Российский институт культурологии
Министерство культуры Московской области**

МУЗЕЙ И ЛИЧНОСТЬ

Москва
2007

Печатается по решению секции
«Историко-культурное наследие»
ученого совета Российского института культурологии

Рекомендовано Министерством культуры Московской области
в качестве методических материалов для музеев
Московской области

Ответственный редактор — *А.В. Лебедев*

Составитель — *М.Ю. Юхневич*

Рецензент — *Н.Г. Самарина*, зав. кафедрой музееведения МГУ-

Музей и личность / Отв. ред. А.В. Лебедев, сост. М.Ю. Юхневич. —
М., 2007. — 168 с.

Издание, подготовленное Лабораторией музейного проектирования Российского института культурологии, посвящено проблемам взаимоотношений музея и человека (под человеком в данном случае понимается не только посетитель, но также музейный работник и член местного сообщества). Статьи сборника затрагивают как теоретические аспекты проблемы, так и технологии музейной работы в новых социальных и экономических условиях. Помимо научных статей в издании представлены отрывки из литературных произведений и дневниковых записей, связанных с музейной тематикой.

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие.....	4
------------------	---

СТАТЬИ

Раздел 1. ЧЕЛОВЕК И МУЗЕЙ

<i>В. Дукельский.</i> Пространство публичного одиночества.....	6
<i>А. Долгин.</i> Капитализация сакрального.....	15
<i>Г. Вдовин.</i> Усадебный миф и усадебный посетитель (на примере музея-усадьбы «Останкино»).....	29

Раздел 2. ЧЕЛОВЕК В МУЗЕЕ

<i>М. Юхневич.</i> Посетитель глазами музея.....	45
<i>С. Минина.</i> Музей глазами посетителя.....	67
<i>В. Дукельский.</i> Музейный социум.....	80

Раздел 3. МУЗЕЙ ДЛЯ ЧЕЛОВЕКА

<i>А. Лебедев.</i> Музей для своих.....	93
<i>Е. Галкина.</i> «Забытый» посетитель.....	101
<i>Н. Павлова.</i> Музей «for fun»?.....	117
<i>А. Лебедев.</i> Исчезающие малые глубины (две заметки к проблеме «Музей и местное сообщество»).....	127

Об авторах.....	136
-----------------	-----

МУЗЕЙ В ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

Раздел 1. ПЕРВЫЕ МУЗЕИ – ПЕРВЫЕ ВПЕЧАТЛЕНИЯ

(*И.В. Гете, У. Хаттон*).....138

Раздел 2. МОЙ МУЗЕЙ

(*Н. Макиавелли, З. Ленц, Г. Успенский, Э.М. Ремарк*).....140

Раздел 3. МУЗЕЙ ДЛЯ ДВОИХ

(*В. Набоков, Л. Зорин*).....148

Раздел 4. НЕ ЛЮБЛЮ, НЕ ПОНИМАЮ...

(*П. Валерии, М. Цветаева, В. Набоков, Джером. К. Джером, У. Эко, З. Ленц, И. Ильф и Е. Петров, В. Пелевин*)..... 151

Раздел 5. ЭКСКУРСОВОД И ЭКСКУРСАНТ СМОТРЯТ ДРУГ НА ДРУГА

(*С. Довлатов, Н. Толстая, Д. Самойлов*).....164

ПРЕДИСЛОВИЕ

Музей сегодня живет в условиях рынка. Не того простого рынка, где единственным критерием успеха является прибыль. Музеи ведут нелегкую борьбу на очень серьезном рынке, который называется «рынком досуга» или «рынком свободного времени». Когда музейщиков спрашивают, кто их главный конкурент, первое, что отвечают, не подумав: «А вот у нас тут через дорогу другой музей...» На самом деле это не так: если человек сходил в один музей, это не мешает ему сходить и во второй. Настоящие же конкуренты музея: пивная, дачный участок, интернет-кафе, телевизор... Конечно, есть музеи-гиганты, которые обладают столь мощным ресурсом коллекции, что им можно не бороться за посетителя. Они решают эту проблему за счет поточного туризма. Но таких счастливых можно пересчитать по пальцам. А вот провинциальному музею, касса которого приносит 3000 рублей в месяц, есть над чем задуматься. Что должны сделать его сотрудники, чтобы люди приходили сюда еще и еще раз? Как превратить *посетителей* в *публику*?

Именно это рассуждение заставило составителей отказаться в заглавии от почти ритуальной формулы «музей и посетитель» и назвать сборник «Музей и личность».

Не менее существенным представляется еще одно обстоятельство. Кроме посетителя, есть и иные личности, втянутые в процесс музейной коммуникации. Это музейные сотрудники, чьи взаимоотношения с музеем могут быть предметом отдельного изучения. Кто они — члены жреческой касты, герои-производственники или участники культурной «тусовки»?

Нельзя забывать и о членах сообществ, проживающих на прилегающих к музею территориях. Местные жители могут редко посещать экспозиции и даже вообще не ходить в музей и тем не менее испытывать его воздействие. И со своей стороны влиять на него.

Последние годы отмечены бурным ростом школьных музеев. И хотя это явление лежит в стороне от магистральной линии развития музейного дела, оно заслуживает определенного внимания. Школьный музей интересен не коллекцией и экспозицией, а *процессом* своего создания. Его главная цель — перевести школьника из позиции созерцателя в позицию творца. В этом смысле школьный музей подобен школьному спектаклю, где главным критерием успеха является не число зрителей в зале, а количество детей на сцене.

Может быть, в чуть менее явном виде аналогичные процессы идут и в классических музеях. По утверждению одного из авторов сборника, в последние годы музейная коммуникация все больше напоминает «межличностный диалог — личности музея и личности человека» (*Н. Павлова*). Каковы же основания, на которых может строиться подобный диалог? Они могут быть социо-культурными, экономическими, психологическими и т.д. Форм множество, но есть одно важное ограничение: диалог не может превратиться в монолог. Пути назад нет. Иначе в единоборстве с дискотекой и телевизором музей обречен на поражение.

Сборник открывается статьей *В. Дукельского*, где автор формулирует основополагающую для книги идею музея как «храма собственного «я» и одновременно задает определенный уровень полемичности, которым проникнуто это издание. Авторами сборника являются сотрудники Лаборатории музейного проектирования Российского института культурологии (кроме названных — *Е. Галкина, А. Лебедев, С. Минина, М. Юхневич*), к которым в качестве *guest stars* присоединились профессор Высшей школы экономики *А. Долгин* и директор музея-усадьбы «Останкино» *Г. Вдовин*. За это им особая благодарность.

Редколлегия не пыталась примирить позиции авторов и вывести «среднюю температуру по больнице». Каждый исследователь говорит своим языком и излагает личную позицию. Мы же со своей стороны гарантируем только *актуальность* проблем, затронутых в каждой из статей сборника.

Помимо научных статей в издании представлены отрывки из литературных произведений и дневниковых записей, связанных с музейной тематикой. Их авторы спорят не только друг с другом, но, как представляется, и с музейоведами, показывая, в частности, что восприятие музея подчас менее подвержено времени, чем его культурные и организационные формы.

А. Лебедев, М. Юхневич

Раздел 1. ЧЕЛОВЕК И МУЗЕЙ

В. Дукельский

Пространство публичного одиночества

- *Что у вас здесь можно посмотреть?*
- *А что вас интересует?*
- *Меня? Ничего!*

Диалог при входе в музей

Каждый человек по природе своей одинок, и люди в совокупности своей одиноки все вместе. Человек одинок уже хотя бы потому, что он один такой на свете, а другого нет и не будет. Кто-то стремится преодолеть одиночество, кто-то, наоборот — упивается им, находит в нем источник сил. Впрочем, по-настоящему одинок человек бывает только в рождении и смерти. И может быть, в музее.

Музей есть универсальное средство обретения одиночества и одновременно преодоления его. Это уже не природное, врожденное одиночество, а одиночество культурное, в котором индивидуальное и социальное неразрывно слиты или сцеплены друг с другом. Такое одиночество может быть названо публичным, и оно является главным, основополагающим актом культуры. Одиночество на людях — это особый вид самоуглубления-уединения, который вырабатывался столетиями и обрел особую притягательность в эпоху романтизма — ту самую, которая произвела на свет музей европейского типа.

Но есть и другая культурная форма одиночества — отшельничество. В этом плане музей представляет собой магическое место, где все социальные роли утрачены, а все времена окончены. Это своеобразная культурная Фиваида, где совершается сознательный выбор в пользу одиночества, возникает одиночество намеренное и особым образом организованное. По крайней мере, так оно должно быть.

В противовес романтизму просвещение во всех его производных выработало идею внесения в массы образования через музей. Идея публичности в музее оказалась равно близкой капиталистическому обществу потребления и коллективистскому по своей сути, отрицающему индивидуальность коммунизму.

На протяжении уже почти двух столетий борются друг с другом две не сходящиеся линии музейного родства — просветительская и романтическая. Иногда начинают доминировать гены романтизма, иногда одолевают гены просвещения и музей превращается в подобие общепитовской столовой или вагона метро, где люди объединяются вне зависимости от того, являются они единомышленниками или нет.

Однако коль скоро нет двух одинаковых восприятий, в конце концов все возвращается к изначальному одиночеству, точнее, совокупности множества одиночеств. Музей можно было бы назвать собранием одиночеств, пытающихся стать индивидуальностями. Их много, но есть два основных — одиночество музейщика и одиночество посетителя. Они никогда не встречаются, поскольку размещаются по разные стороны витринного стекла и разделены дверью с табличкой «Посторонним вход воспрещен».

Несмотря на свою долгую историю, в базовых позициях музей сформировался в XIX веке. При всех модификациях и новых веяниях он остается «заточенным» под то время, когда европейское общество вдохновлялось идеями просвещения народа и внесения культуры в массы. Это была эпоха великих иллюзий и утопических мечтаний. Казалось, достаточно собрать культурные ценности под одной крышей и сделать их доступными, как перелом в сознании масс совершится сам собой.

Не вышло. Музеи открывались, закрывались, а народная толща оставалась прежней — глухой, слепой и равнодушной. Затем один за другим стали появляться новые источники информации и оттеснили музей еще дальше на периферию политики, образования, культуры и экономики. По ходу дела массовый, публичный музей потерял своего единственного преданного посетителя — человека вдумчивого и любопытствующего, способного часами разглядывать «букашек под стеклом».

Сегодня, правда, появились и вселяющие надежду подвижки в умонастроениях людей. Современному человеку особенно некуда себя деть. Он не может сутками сидеть перед телевизором, и ему хочется, особенно в праздники, куда-то выйти. Тут очень кстати оказывается «строевая» форма проведения досуга — экскурсии. Она хороша уже тем, что сулит смену обстановки и возможность общения с новыми людьми, общения легкого и ни к чему не обязывающего. Но готов ли музей предложить человеку смену обстановки, смену впечатлений и поведения, смену, наконец, модели общения, то есть всего того, что не совсем точно именуется «новым опытом»?

Есть и прямо противоположная тенденция. Современный человек слишком много времени проводит на людях. Ему некогда остановиться,

его атакуют СМИ, требовательное начальство, навязчивые близкие, и ему негде остаться наедине с самим собой. Массированная информационная атака, если не сказать агрессия, опасна не только неизбежными стрессами. Информация в современных СМИ подается в уже очищенном, упакованном и готовом к употреблению виде. Человеку предлагается испытывать различные чувства в широком спектре от любви до ненависти, но не рекомендуется размышлять, рассуждать, задаваться вопросами. Информация организована в полном соответствии с песней о том, что «фарш невозможно повернуть назад» и ее нельзя, опять же следуя надписи на упаковках, «повторно разогревать».

Сфера культуры во многом нацелена на индивидуальное потребление, происходящее в публичном пространстве. В библиотеке, театре, музее запрещается шуметь, иначе ты помешаешь соседу, вторгнешься в пространство другого человека. В музее человек начинает оберегать, защищать собственное «я», тщательно блюдет свои границы, впуская одновременно в себя что-то иное, открывая себя для какой-то другой реальности. Музей одно из немногих мест, где можно осознать свою индивидуальность по отношению к внешнему миру и выйти из стен музея со своим открывшимся «я» или со своим новым «я». Вот почему так важно дать посетителю время постоять перед витриной, картиной, пирамидой.

Музей очень часто называют храмом, храмом муз, искусства, просвещения и т.п. На самом деле, музей — это храм собственного «я». Посетитель об этом смутно догадывается, но музейные работники и мысли такой не допускают. В этом случае лестное вроде бы сравнение с храмом оказывается не столь уж безобидным. Называя музеи храмами, их и обустроивают соответствующим образом: помпезная архитектура, огромные залы с уходящими ввысь потолками, торжественная тишина, высокое искусство, взирающее со стен, или глубокая древность, укрытая в витринах. Человек-посетитель здесь явно лишний, нежелательный элемент, хотя прямо ему об этом не говорят.

В один прекрасный день тишина взорвалась и на свет появилась другая модель — действующий музей. В нем засверкали экраны, загорелись лампы, начали двигаться модели. Потом музей-храм и музей-мастерскую соединили, потом опять разъединили, потом стали искать оптимальное сочетание. Возникло экспозиционное действие в диапазоне от спектакля до литургии, в котором посетитель подчинялся правилам, обстоятельствам, заданной схеме. Между тем, продолжая мучить других — посторонних, то есть посетителей, музейщики создали для себя совсем другую модель музея, совсем другое пространство жизни и деятельности.

Из этого созданного собственными руками мира музейщики, которых все остальные считают неудачниками, черпают свое гигантское самомнение. В этом мире есть и причастность к высокому, и ощущение власти, и чувство обладания, особенно развитое у музейного хранителя. Кошей, чахнувший над золотом, борется в душе музейного работника с королем Лиром. Если побеждает Кошей, страдают окружающие, если верх берет король Лир, то сердце хранителя разрывается на части. Музейщик, в силу своего профессионального одиночества, остается непонятым окружающими и в отместку рассматривает любую публичность как профанацию. Случайному прохожему или прихожанину музейного храма не дано познать истинного одиночества — главной музейной ценности, знакомой только служителям этого таинственного культа.

Одни лишь музейщики слышат порой «голоса», испытывают особую экзальтацию, иногда юродствуют, иногда проповедуют. Фактически все возможные в этом заведении роли и функции разобрали его сотрудники, для посетителя попросту ничего не осталось. Закономерно, что только сотрудник вправе идентифицировать себя с музеем. Он строит его для себя и под себя, всячески изгоняя чужака режимом работы, правилами поведения, многочисленными запретами, глазками камер видеонаблюдения, окриками бдительных смотрителей.

Первый вопрос, который возникает у человека, зашедшего в музей: «А зачем я сюда пришел?» Второй вопрос: «Ну и куда же теперь идти?» Иногда посетитель идет туда, где толпится народ, иногда, напротив, торопится занять свободное место. На помощь приходит обыденный опыт, и посетитель спешит на свет или тянется к витринам, хоть чем-то похожим на знакомые магазинные прилавки. Чуть легче человеку в самодеятельных, частных или общественных музеях. Здесь, по крайней мере, все выглядит привычнее, нет витринных стекол, шнуров-канатов, высоких потолков и больших гулких залов.

Пространство музея действительно непонятно обычному человеку. Он знает свою квартиру с потолками в два с половиной, ему знакома «просторная школа со светлыми классами», дискотека, кинотеатр с пронумерованными местами. В музее ничего этого нет, отсюда неизбежное чувство потерянности, ненужности.

Для посетителя музей остается чужим пространством, и это не случайно. Не то чтобы он был так задуман, но именно в этом направлении он развивается стараниями своих служителей. Музей никогда не говорит человеку: «Здесь все твое!» Он не доверителен, как уютное кафе, здесь нет своего, отмеченного в билете места, как в театре, даже своего стола-стула с лампой, как в библиотеке. Человек инстинктивно начинает

искать себе место в музее, пытается как-то организовать свое личное пространство. Он долго и безрезультатно мечется по залам и нигде не находит себе пристанища. Про посетителя попросту забыли или, по крайней мере, стараются не вспоминать, иначе за двести лет для него нашли хоть какой-нибудь уголок.

Противоречие между музеем «для себя» и музеем для широкой публики осталось неразрешенным. Закрытый дворцовый музей и музей для публики, ведущий свое происхождение от промышленных выставок, так и не слились воедино.

Публичность как характеристика музея означает, что он принадлежит всем. Но всем не означает каждому, поскольку музей для всех не равен музею для каждого. Человек, пришедший в музей в поисках идентичности, в поисках себя во времени никак не ощущает, что музей принадлежит ему, что это пространство, предназначенное для разговора с ним, и только с ним.

Сегодня, когда появились частные музеи, элитарные клубы, ситуация обострилась еще больше. Человек, который нигде не бывает, всех боится и не знает, как себя правильно вести, не может достичь состояния музейного одиночества. Между тем музейная среда — это едва ли не последнее пространство в сфере культуры, которое он может присвоить, интериоризировать, перевести во внутренний план.

Общедоступный — сегодня означает чей-то, но не мой. Но тогда зачем он мне, что мне делать на чужой территории? В условиях жесткой приватизации мест проведения досуга музей не является исключением. Это только кажется, что частные художественные галереи связаны с определенной тусовкой, а государственные музеи нет. На самом деле они тоже давно стали местом тусовки для своих, причем наиболее закрытой, казенной тусовки.

Музей, хранящий предметы государственного музейного фонда, остается официальным учреждением, а здание его все больше превращается в офис, лишенный даже тени камерности, интимности, доверительности. Всем своим видом музей как бы спрашивает посетителя: «Кто ты такой?» — и не мешает человеку осознать его ничтожность.

Публичность в отечественных музеях оказалась понятой очень своеобразно. Знакомым вариантом публичности были присутственные места, поэтому сегодня музей — это, прежде всего, государственное учреждение, по-старому — присутственное место, где посетитель выступает в роли просителя. В свое время Николай I, увидев в залах Эрмитажа людей в сюртуках, потребовал, чтобы посетители приходили исключительно во фраках или мундирах, то есть являлись в музей, как на службу. Эта казен-

ная природа отечественного музея осталась непреодоленной и только усилилась в ходе послереволюционной национализации, точнее, огосударствления музейной сети. Вот и прижился у нас чудовищный термин «посетитель», поскольку госучреждение, выполняющее предписанные сверху функции, и не требует от человека ничего, кроме присутствия-посещения.

Конечно, «присутствие» — это не единственный образец для подражания. С трудом, но пробивает себе дорогу музейная модель, ведущая свое происхождение от салона, гостиной, горницы, наконец. Здесь все люди гости, им показывают дом, угощают, развлекают, как умеют, предоставляют возможность для общения между собой. Но вот беда, музей, в отличие от салона, не сумел выработать образцов общепринятого поведения, а потому музейная свобода оборачивается боком: каждый начинает действовать на свой страх и риск, в меру своего понимания.

На первый взгляд кажется, что никакой внешней социальной коррекции поведения в музее не существует, если не считать табличек «Не трогать» и назойливых бабушек-смотрительниц. Человек, конечно, может прослушать моноспектакль экскурсовода, но впечатлений он вынесет немного, а даже если и вынесет, то ему не с кем будет обменяться ими. Примечательно, что влюбленные парочки едва ли не самые внимательные посетители в музее, они находятся в постоянном контакте друг с другом, проявляют или демонстрируют интерес, позиционируют себя определенным образом перед своим спутником. «Музей для двоих» тоже форма музейного одиночества, может быть самая удачная и выигрышная.

В иных ситуациях выстроить свои отношения с внешней, в данном случае музейной средой человеку необычайно трудно. Комфортнее всего чувствует себя в музее младший школьник, привыкший к социальному статусу ученика. Подростку уже труднее — он испытывает потребность в самовыражении, но это в музее не предусмотрено. Музей обращен к обществу, к государству, к отдельным социальным группам, но никак не к личности. Поэтому он в лучшем случае воспитывает в человеке социальное, но никак не индивидуальное. В некотором смысле исключением являются мемориальные музеи, обеспечивающие преклонение-прикосновение или допускающие самоидентификацию с известной личностью.

Музей соткан из противоречий. Он и сцена (экран) и зрительный зал, он индивидуален по способу производства культурного продукта и коллективен по форме его потребления. Казна-ларец соединилась в музее с дворцом как пространством приемов и пиров и выработала особый тип публичного одиночества — «среди шумного бала...».

Это соединение одиночества с публичностью и составляет глубинную специфику музея. Отклонение в любую из сторон приводит к серьезным потерям. Впрочем, ставка, сделанная на индивидуальность посетителя, все-таки менее опасна, поскольку означает обращение к проблемам человека. Акцент на публичности, напротив, ведет к тому, что музей делает уже не то, что нужно человеку, а то, что нужно обществу от человека. Вот уж действительно прав Жванецкий, сказавший: «Не нарушайте моего одиночества и не оставляйте меня одного».

Итак, публичный музей создавался личностью, индивидуумом, но создавался под человеческое множество, общество, государство. Иными словами, такой музей не был индивидуально ориентирован. В какой-то момент, следуя моде, музей по простоте душевной вообще стали именовать социальным институтом. Но музей — институт не социальный, а скорее индивидуальный. Он сам по себе, он пришелец в ином времени и в иной культуре. Музей, как и его посетитель, силится преодолеть свое одиночество, непонятость, немоту. Но преодолеть одиночество в толпе невозможно, оно исчезает, растворяется только при общении один на один, при контакте с другим одиночеством, с другой индивидуальностью. В нашем случае это индивидуальность посетителя.

В человеческом множестве музей совсем бы потерялся и утратил себя, если бы не каста избранных — служителей музейного культа. Именно они скрашивают музею его одиночество, но заодно и разделяют с ним роль социального аутсайдера. Как ни странно, в этом скрыт ресурс для развития музея, поскольку обделенными судьбой и неуспешными ощущают себя значительные группы населения. Человек, как и музей, ищет выхода, хочет жить в согласии с самим собой и с окружающим миром. Таким образом, желания и устремления человека и музея совпадают.

В конечном счете оба они должны зажечь одной жизнью, но этому должен предшествовать длительный период вочеловечивания музея. Чтобы сойтись с человеком, музей, в свою очередь, должен знать его проблемы, заботы, волнения и тревоги. Вот тогда-то и появится на свет музей, который защищает, дает в руки оружие, делает успешным, помогает в достижении целей и разрешении конфликтов. Тогда возникнет одновременно индивидуально и социально ориентированный музей. Это и есть путь к новой публичности.

Путь к поставленной цели будет долгим. Музей должен научиться пробуждать в человеке индивидуальность. Он должен открыть человеку их общее одиночество через личные проблемы, понятные и близкие человеку.

Посетитель приходит в музей с грузом своих проблем, он не может оставить их за порогом. Музей то ли делает вид, то ли действительно не подозревает об их существовании. Пожалуй, трудно сегодня найти куль-

турный институт, который вел бы себя подобным образом. Театр, кино, литература, даже цирк знают о человеке гораздо больше, подстраиваются к нему и уж тем более не пытаются его игнорировать.

Вот почему при входе в музей и возникает проклятый вопрос: «А зачем я, собственно, сюда пришел?» Но музей и в этом случае высокомерно молчит и даже не пытается сказать, что человек пришел в его стены:

- для того, чтобы встретиться с самим собой;
- для того, чтобы отстраниться от забот;
- для того, чтобы найти комфортную среду;
- наконец, для того, чтобы быть понятым.

Но и человек молчит о своих проблемах. Он стыдится сказать:

- что не поспевает за временем;
- что хочет изменить свою жизнь и не знает как;
- что стареет и одинок;
- что ищет решение и не находит его;
- что устал и ему ничего не хочется.

Все это проблемы внутренней жизни человека, но без отклика на них не будет никакой публичности. Оно и понятно, ведь в музее, как и в любом другом учреждении культуры, «засчитывается» только вторичное посещение. Факт повторного прихода в музей означает превращение посетителя в публику. Отныне музей принадлежит ему, и он принадлежит музею, становится базовым элементом союза двух одиночеств. Так формируется и пресловутая «музейная потребность»: ходить в музей, бывать в музее, решать свои проблемы в музее.

Но одно дело потребность, а другое — реальные сложности, связанные с общением в незнакомом пространстве. Человек не знает, как вести себя в музее, именно потому, что не понимает, что от него требуется. Нельзя сказать, чтобы эта проблема не осознавалась музейщиками, но до тех пор, пока музей будет мыслиться собранием предметов и произведений искусства, «музейный всеобуч» не даст положительных результатов. Учить нужно поведению в непривычной для человека среде, учить особой музейной публичности.

Публичные действия бывают разными. Во-первых, это действия, подобные действиям других людей, действия, совершаемые в соответствии с общепринятыми правилами. Во-вторых, это действия, совершаемые в присутствии других и в значительной степени к ним обращенные. Наконец, это действия, совершаемые самостоятельно, но вместе с другими, собственно коллективные действия. В музейной среде каждый может совершать индивидуальные по сути своей действия, в совокупности приобретающие публичный характер.

Поэтому музей — это коллективное, общественное место, предназначенное для пребывания в одиночестве. Место, где человек спокойно и по своему выбору может присвоить то, что принадлежит всем. Когда человек хочет «присвоить музей», но не может этого сделать, он волей-неволей выявляет свою позицию по отношению к обществу.

Есть в этом процессе присвоения и элемент подчинения, подчинения себя миру или подчинения мира себе. Музей должен дать человеку ощущение власти над историей, ощущение обладания сокровищами, ощущение равенства и партнерства с природой и остальными людьми.

В отличие даже от концерта классической музыки, которую человек если и не воспримет, то хотя бы прослушает, в музее он получит ровно столько, сколько сможет взять, и никакой посредник в лице экскурсовода не спасет положения. В музее человек один на один со временем, искусством, внешним миром в целом. Музей — это пространство его личного, индивидуального выбора. Ощущение взаимопонимания и персонального контакта с «личностью музея» или возникнет, или нет.

Искусственное, антропогенное пространство музея должно стать антропоцентричным. И тогда «новый опыт», полученный в музее, станет опытом обретения себя в публичном пространстве, сохранения своей индивидуальности в толпе, опытом нахождения индивидуального прочтения и интерпретации человеческой культуры.

Как ни странно, музей учит не поддаваться общим настроениям, формирует навыки самостоятельных действий. Ведь он сам тоже не от мира сего и существует не столько благодаря, сколько вопреки магистральному направлению развития человечества.

В незнакомом и чужом пространстве музея человек остается один на один с другим миром, который он должен освоить, подчинить-покорить или которому он должен подчиниться-покориться, то есть стать его частью. Музей есть свободное пространство в том смысле, что здесь внешняя детерминация становится внутренней, переводится во внутренний план. Вообще-то этот процесс называется овладением культурой.

Итак, музей — это среда моего одиночества, оболочка моей индивидуальности, приватизируемое мною внешнее пространство — пространство публичное, социальное, историческое и культурное. Если XIX век поставил перед собой задачу преодоления элитарности, то сегодня необходимо преодоление публичности, массовости вопреки всем маркетинговым стратегиям. Зато в полном соответствии с требованиями рынка человек получит собственный, только ему принадлежащий музей. И у каждого этот музей будет свой, и если его и нельзя будет положить в нагрудный карман, то можно будет легко унести с собой, несмотря на все усилия службы безопасности.

А. Долгин

Капитализация сакрального

Главное предназначение музея — создание общественно-полезных благ, таких, которые хотя и необходимы всем сообща, но никто в отдельности не рвется их производить (поскольку их трудно продать). Подобная ситуация характерна для всех госучреждений, и для большинства из них остро стоит вопрос оценки эффективности работы, общественного реноме и напрямую связанного с этим финансирования.

Оценка эффективности музейной деятельности — нетривиальная задача. Но без оценки разговоры об эффективности яйца выеденного не стоят. В подобных случаях всегда ощущается острая потребность в объективных параметрах. Однако в культуре таковых, как известно, нет. Тогда, может быть, подойдут рыночные? Хотя они и не очень культурные, но, по крайней мере, не высосанные из пальца. Однако общественные блага потому и общественные, что для них не существует рынка, — следовательно, нет и «естественных» рыночных показателей. И все же выход из тупика существует. Невзирая ни на какие трудности, следует во что бы то ни стало научиться выявлять результат и таким образом оптимизировать управление и привлекать необходимое финансирование. В данной статье обсуждается то, как это реализовать практически.

Коммерческая составляющая деятельности музея — вот что может и должно послужить камертоном, и поэтому ее следует всячески культивировать. Пусть эта компонента не столь велика и не столь важна с точки зрения миссии музея, но она могла бы сыграть роль видимой части спектра, по которой можно достроить часть незримую. Достроив же, можно отладить рефлексивное управление — а это кратчайший, если не единственный, путь к успеху.

Как известно, у музея есть три основных функции: хранение, изучение, предъявление. Две из них — хранение, изучение — интровертные (они ориентированы главным образом на создание общественного блага). А вот третья (работа с посетителями) — экстравертная¹. Благодаря

¹ Понятное дело, степень интро/экстравертности музеев разная; естественнонаучные, художественные, корпоративные собрания имеют разную генетику и миссии. Если на некоей воображаемой оси выстроить ряд: архив — библиотека — театр, то музей может тяготеть как к одному полюсу, так и к другому. Если ближе к архиву, то музей схож по статусу с центром фундаментальных исследований, спрятанном в недрах корпорации. И в этом случае он должен оказывать корпорации жизненно важные и незаменимые услуги, иначе окажется на задворках. Музей, претендующий на роль самостоятельной, публичной и влиятельной организации, должен тянуть на себя одеяло человеческого внимания.

почти рыночной открытости и завязке на потребительский спрос здесь открываются возможности для независимого измерения/аудита музейного блага, а значит, именно тут наличествует вожаделенная толика объективации. Найти ее тем проще, чем сильнее связь с внешним миром, но, как будет продемонстрировано ниже, даже там, где эта связь скрыта за семью печатями, кое-какие возможности тем не менее имеются. Контакт с потребителем принципиален, причем обязательно на условиях свободного контракта, а не профанирующей обязаловки. Только так можно увидеть, что именно свободный агент (зритель, посетитель, покупатель культурных благ) выбирает из предложенных рынком альтернатив. Если из всего многообразия аттракций/поглотителей досуга он предпочел музей — это не ерунда.

Следует быть готовым к тому, что при всех стараниях для ряда составляющих музейной деятельности не удастся найти рыночной зацепки. Это тревожный симптом, указывающий на необходимость тщательно разобраться, столь ли эта деятельность (и занятые ею подразделения) необходима, как принято считать. Себе дороже прятаться, подобно страусу, от того факта, что никто, ни при каких обстоятельствах не готов за нее платить — это значит, никто не признает в ней ценности, ни индивидуальной, ни общественной. (А это уже сильно похоже на богадельню или, как сейчас говорят, социальный клапан, стравливающий напряжение в обществе и маскирующий неспособность занять себя чем-то дельным). В тех же редких случаях, когда рыночных реперов не обнаруживается, а важность выполняемой работы/функции выше всяких подозрений, придется отстраивать систему натуральных, неденежных показателей.

По преимуществу я сосредоточусь на той части музейной деятельности, которая обращена к посетителю, но затрону и «чисто» некоммерческую сферу. Хотя доступ в музей предоставляется за деньги, которые, как уже отмечалось, наиболее объективный показатель, тем не менее начинать надо не с кассы. Даже в киноиндустрии бокс-офис (кассовые сборы первого уик-энда) не является безупречным индикатором общественного блага, а уж в музее, который дотируется государством, выручка и по-прежнему не отражает культурного эффекта. Поэтому начинать с нее не стоит. Более того, не следует в принципе уповать на логику традиционной экономики, которая вообще-то мало чего понимает про музей. И даже не слишком полагаться на экономику культуры — дисциплину, которая много занимается музеем, но, боюсь, несколько однобоко. Следует прибегнуть к экономико-символической системе координат, позволяющей оперировать такими категориями, как человеческое внимание, творческие и эмоциональные ресурсы, субъективное личностное время,

символический капитал. Эти ресурсы — в первую очередь они, а вовсе не деньги — ставятся на кон в культурном потреблении; и именно их прирост, а не бесплодный расход приносит искомое потребительское удовлетворение и культурный эффект. Очевидно, что эти активы самое время вводить в оборот, чего невозможно сделать, если не научиться их измерять. Не исключаю, что многим такая постановка задачи покажется нереалистичной. Но стоит оглядеться вокруг: рынки рекламы демонстрируют стремительные подвижки в операциях с человеческим вниманием — на первый взгляд тоже не самый легко уловимый вид ресурсов. Пусть они измеряют его не напрямую, а через деньги, но измеряют же! Поисковые системы (Google, Yahoo, Яндекс и проч.) семимильными шагами наращивают капитализацию — а они ведь монетизируют не что иное, как человеческую потребность в оптимизации расхода внимания.

В предложенной системе координат КПД музея определяется культурным (символическим) эффектом: долей человеческого внимания, которое он к себе притягивает, и трансформациями личности и общества в целом. Вообще ко всем символическим рынкам резонно подходить так же, как к товарным: оценивать их рыночную долю, выручку, капитализацию и проч. Только в качестве единиц измерения следует использовать не деньги, вернее, не одни лишь деньги, а и рецепирированное время потребителей, и самое главное — его итоговое субъективное качество. Затраты потребителей характеризуются суммой — кассовые сборы плюс потраченное внимание. Урожай, собираемый музеем и обществом, тоже двухкомпонентный: это и культурно-образовательный эффект (поддержание мировоззренческих стандартов, норм поведения, единого языка...), и культурно-гедонистический.

Первый, по идее, должен в основном оплачиваться государством (и в некоторой части высокообразованным потребителем), второй — в основном потребителем. Поскольку разделить эти эффекты весьма сложно, ситуация с тем, кто кому и за что должен платить, запутывается. Однако в нее необходимо внести ясность, для чего целесообразно использовать такой показатель, как привлеченное (абсорбированное) музеем внимание. (В действительности необходима более точная итоговая характеристика — объем и насыщенность качественного времени², но в случае с музеем эти параметры запараллелены.) Превращение внимания в деньги (полное или частичное) — это дело техники, иначе говоря, менеджерской

² Качественное время — это время, которое сам человек определил как хорошо проведенное. В идеале это такое время, которое в соответствии с приоритетами, возможностями и мерками конкретного индивида использовано наилучшим образом. Подробнее см.: Долгин А. Экономика символического обмена. — М., 2006.

квалификации в рамках используемых бизнес-моделей, которых, как известно, существует несколько: прямая продажа услуги конечному потребителю, рекламно-спонсорская схема или государственное субсидирование.

Все, о чем далее пойдет речь, основано на четком разделении двух задач: привлечения человеческого внимания и его монетизации. Сумеешь добиться первого, второе станет делом техники. Обеими процессами можно и нужно управлять, что, повторюсь, в первую очередь требует умения оценивать результат каждого из них.

Что и как оценивать в музейной деятельности?

Над этим бьется мысль и музейного сообщества, и вышестоящих чиновников. Последним нужны основания и формуляры, чтобы решать, кого, с какими целями и в каких объемах финансировать. (Не в последнюю очередь этим объясняется стремление внедрить методы целевого бюджета — т.н. БОР³.)

Нонпрофитный сектор

Научно-фондовая работа — хранение, реставрация, атрибуция — практически целиком попадает под категорию общественного блага. В этих секторах выход в коммерцию проблематичен, и работы в полном объеме должны оплачиваться государством. Откуда властям взять расценки? Без них финансирование музеев как было тощим, так таким и останется. (Даже если периодически подтягивать оклады до постоянно растущего средне-статистического уровня дохода, музей, как предприятие, подверженное «болезни издержек» Баумоля⁴, обречен на отставание в зарплатах. Ведь производительность музейного труда не растет вровень с промышленностью, а цены на билеты лимитированы.) Решение проблемы — привязать контракт с госзаказчиком к оценочной стоимости «имущества», находящегося под управлением музея. Собственно говоря, именно так поступают рыночные агенты: расценивают услуги по обработке, сопровождению,

³ См. Постановление Правительства РФ № 249 «О мерах по повышению результативности бюджетных расходов» от 22 мая 2004 года.

⁴ Уильям Баумоль, родоначальник экономики культуры, проводит следующую мысль: в некоторых видах искусства ресурсы повышения производительности труда скудны, поэтому эти культурные практики теряют конкурентоспособность. За последние два столетия производительность труда в промышленности возросла в десятки раз, а затраты на исполнение концерта не изменились: как его играли несколько часов, так и играют, и ускорения ждать не приходится. Издержки растут быстрее, чем инфляция. Артистам желательно платить вровень с общим повышением зарплаты, чтобы обеспечивать воспроизводство профессии, но на это не хватает зарабатываемых на концертах средств. (Baumol W.J., Bowen W.G. *Performing Arts – the Economic Dilemma*. Twentieth Century Fund, New York, 1966). Подробнее об этой проблеме см.: Долгин А. Экономика символического обмена. — М., 2006.

инжинирингу, проектированию чего-либо, исходя из денежной оценки того актива, которым им доверено оперировать. Это наиболее естественная и разумная форма расчетов — она позволяет сбалансировать мотивацию и ответственность исполнителя. Отсюда, кстати, берутся высоченные гонорары адвокатов, врачей, архитекторов и т.п., обслуживающих звезд и знаменитостей, — на них возлагается ответственность за исход процессов, не терпящих халатности. Естественно, чем выше цена вопроса, тем выше гонорар. По идее, так должно быть и с музеем, который тоже не бросовый товар оберегает. Однако поинтересуйся кто-либо у директора или главного хранителя, во что оценивается коллекция, и эти, вне всякого сомнения, здравомыслящие люди дадут ответ, приличествующий скорее юроривому, чем управляющему — «она бесценна». (А что сказать, если в учетных документах фигурируют смехотворные закупочные суммы полувекковой давности?) Диву даешься, насколько вымороченная и плохо стыкующаяся с реальностью ситуация. И она чревата, к примеру, следующей несуразицей: в случае кражи маленький провинциальный музей не может допроситься у милиции завести дело. При нынешней официальной оценке объекты утраты «не отбивают» усилий по их розыску. Чем тогда руководствоваться государству при планировании бюджета, если бесценное того и гляди окажется синонимом уцененного?! Причина недофинансирования сохранности столь очевидна, что необходимо без проволочек устранить ее — оценить все то, чем располагает музей. И лучшей базы для контракта с госзаказчиком, чем стоимость коллекции, придумать трудно. Судите сами: национальное достояние, вверенное музеям, оценивается (к примеру) в триллион долларов, его амортизация (физическая и моральная) составляет минимум одну сотую в год, — следовательно, недоиспользование чревато культурным недоэффектом в десять миллиардов долларов. Очевидно, что ради его спасения стоит раскошелиться.

В том, чтобы посчитать стоимость музейных коллекций, нет ничего нереального. Подходящие методы широко практикуются в бизнесе для оценки нематериальных активов — те набрали солидный (чуть не половинный) вес в стоимости компаний. Да и художественный рынок дает надежные подсказки: аукционные продажи, страховые выплаты, прецедентные сделки, стоимости восстановления. Капитализация музея оценить немногим сложнее, чем модного дома, телерадиохолдинга или интернет-сервиса. Хотя, надо признать, что задача не из легких. Но как говорится, была бы воля. Если понимать, сколь важен символический капитал музея, имеет смысл потрудиться над измерением стоимости того материала, что лежит в его основе.

Помимо господдержки деньгами, существуют иные сценарии финансирования. Например, вместо денег власти могут предоставлять музеям некую делянку, которую те смогут эксплуатировать к своей и всеобщей пользе. Один из вариантов таков: как известно, музей положительно влияет на цену расположенной по соседству недвижимости, поэтому он вправе претендовать на долю возводимых помещений. Увы, не сегодняшний музей с не сегодняшним менеджментом. Привожу этот пример главным образом ради того, чтобы высветить одну системную сложность — музей, как многие производители контента, хотя и служит стержнем/подложкой/основой, на которой генерируется прибыль, ему самому мало что достается. И здесь таится возможность, за которую стоит побороться, — вычленив вклад музея в экономику городской торговли, гостиниц, транспорта, рестораторов... и прикинуть соответствующие налоговые поступления. В ряде случаев это сделать не так уж сложно. Например, если музей позволяет задержать туриста на один дополнительный день — этот вклад в городскую казну легко высчитывается. Подобные системы оценки способны радикально изменить подход к финансированию музеев — как существующих, так проектируемых. Последнее, собственно говоря, и имело место в Вене при строительстве Музейного квартала и играет решающую роль в Абу-Даби (о последнем еще будет идти речь ниже).

Профитный сектор

Как уже отмечалось, есть направления деятельности, где музей может и должен зарабатывать. И тут сам Бог велел ввести индикаторы, позволяющие наладить обратную связь с потребителем, — они должны ясно высвечивать, что того интересует. Вариантов предостаточно. Например, с помощью привычных всем видеокамер, которые не ленятся поставить в каждом офисе, и за ними следит энное число охранников. Не с руки или чересчур накладны камеры — можно приспособить инфракрасные датчики-счетчики. Чрезвычайно важно фиксировать возвраты и повторные просмотры, учитывать время, которое люди проводят у того или иного экспоната, — это решаемо с помощью электронных карт, которые позволяют выявлять маршруты посетителей со всеми петлями и остановками. (Сейчас любая служба безопасности умеет такое делать.) Пока не обзавелись необходимой (кстати, недорогой) электроникой, следует наладить хотя бы сбор отчетности от сотрудников в залах (они всегда в курсе, хотя могут осознанно или бессознательно лукавить). С помощью турникетов можно узнать, сколько времени посетитель провел в музее, как часто он вообще в него приходит. (В Нидерландах используется специальная дис-

контная карта, позволяющая посещать 442 музея⁵. С ее помощью можно наладить подобный учет. Не пройдет и пары лет, как для этих целей начнут использовать сотовый телефон.)

Вообще индикаторы могут быть самыми неожиданными. Например, расход воды в туалетных комнатах сигнализирует об уровне посещаемости (что важно, этот показатель автоматически регистрируется где-то в независимой инстанции и его трудно подделать). Еще один возможный показатель — уровень шума в залах. Можно покрыть полы специальным лаком и следить за износом. Известна практика оценки музея по транспортным издержкам (попросту говоря, билетам): если люди едут издалека, значит, музей того стоит. Тонкие, косвенные индикаторы могут быть необычайно информативны.

Отдельная группа показателей должна выводиться из явно выраженного мнения посетителей. Кроме обычных поднадоевших анкет, нужно как-то иначе сподвигнуть людей информировать о своем впечатлении, отношении, мотивации... Замечательно было бы поставить «голосовалку» около экспонатов и на выходе и начислять бонусы в обмен на потребительскую рефлексию. А еще лучше (и проще!) наладить сбор и обмен мнениями в Интернете на сайте музея. Стоило бы также усовершенствовать интернет-коммуникацию вокруг музея (имеется в виду интерактивность, рейтингование, дискуссионные площадки, рецензии, статусы и ранги и т.п.). Словом, можно наткать ниточек обратной связи музея с потребителем в нужном количестве.

Но это тонкая квалифицированная работа. Задарма она сделана не будет. Проблема в том, что в некоммерческой культуре никто не готов платить денег ни за управленческий консалтинг, ни за менеджмент. «Верхи» определенно не проявляют энтузиазма, считая затеею обреченной если не на этапе дорогостоящих консалтинговых сценариев, то на этапе их реализации. Дальше возникает порочный круг: раз первый, необходимый шаг недофинансируется и недопроектируется, дальше все само собой идет вкривь и вкось. Очевидно, что дело не сдвинется с мертвой точки без инициативы снизу, без профессионально-гражданского импульса. Под словом «профессиональный» в данном случае подразумеваются менеджерские компетенции — они в некоммерческой сфере, насколько я могу судить, в жесточайшем дефиците. БОР, как многие новации в культуре, споткнулся о нехватку субъектов, способных воплотить задуманное, об отсутствие квалифицированных и, что более существенно, мотивированных менеджеров. В бизнесе консалтинговым

⁵ Подробнее см.: Долгин А. Указ. соч. С. 348.

компаниям платят большие деньги за постановку не ахти каких сложных вещей. А все потому, что там есть выгодоприобретатель, умеющий считать. Музеи и их сотрудники в массе столь давно не видят денег, что уже не верят в перспективу их появления. Никто не осознает себя выгодоприобретателем, отсюда склонность к унынию и апатии: легче смириться с обстоятельствами, чем начать что-то делать, поскольку при таком настрое все кажется неподъемным.

Если же присмотреться к стандартному менеджменту, выяснится, что там наряду с деньгами принята система ключевых показателей (KPI). Используется она далеко не во всяком бизнесе, но в наиболее сложных и ответственных случаях ее применяют, а музей — это, несомненно, такой случай. Он, равно как и другие сферы культуры, суперсложен в управлении и нуждается в суперсовременных технологиях менеджмента. Что такое управление по KPI и как перенести эту практику на музей? Бизнес не всегда знает, откуда именно берется прибыль. Каждое из подразделений фирмы может вносить свой вклад в ее благополучие, но далеко не всегда ясно, какой именно и за счет чего. А знать это необходимо, чтобы наращивать результаты и реагировать на угрозы, а главное, чтобы справедливо вознаграждать лидеров, стимулируя их на очередные подвиги. Кроме того, для ряда внутренних подразделений (склад, бухгалтерия, инструментальный цех и т.п.) невозможно ввести коммерческие показатели, т.к. эти службы (как и музей) не выходят непосредственно на рынок. Но их деятельность тоже нужно планировать, оценивать, мотивировать, премировать — для этого необходима система показателей, и они могут быть не денежными. Например, время простоя, среднее время обслуживания клиентов, плотность хранения, реальные сроки амортизации и т.д. (К слову, бюджет склада, выполняющего подобные функции, формируется в соответствии со стоимостью хранимого.) Чтобы создать и отладить систему ключевых показателей ничего сверхъестественного не требуется, достаточно знания производственной специфики и владения методиками (за это могут отвечать разные специалисты, собранные в команду). Для музеев систему показателей создать сложнее, чем обычно, но тоже можно. Только не надо пытаться проектировать ее полностью универсальной — единой для всех. Провинциальный или узкоспециализированный музей не оценить по тем же критериям, что и национальный символ.

При сходной стартовой позиции — одной и той же коллекции, одной и той же плате за билет — культурный эффект от музея может многократно различаться. Чем он выше, тем его легче монетизировать тем или иным способом — разумеется, делая поправку на то, что для стратегичес-

кого успеха в сфере культуры вредно думать исключительно о деньгах. (Впрочем, учитывая сегодняшнюю тотальную недоориентацию на деньги, оговорка не обязательная.) Необходимы характеристики, завязанные на объем и качество рецепирированного внимания. А они уже укажут на то, откуда и в каком объеме могут взяться деньги.

Предположим, что имеются технические средства, позволяющие день за днем отслеживать, сколь велик интерес к тем или иным произведениям, залам, выставкам... Какое бы возникло подспорье для оптимизации деятельности музея! Не говоря уж о ценности информации о стольких-то мегатоннах внимания такого-то количества человек! Объем внимания — универсальный показатель. Как ни сложно (непривычно или даже противно), но музею необходимо освоить «добычу» этих данных. Коммерческий сектор без такой статистики чувствовал бы себя как без рук. Вообще во всех процветающих сферах подобный учет налажен. Пробуксовывание музеев — результат недофинансирования и рутинного сознания.

Как уже отмечалось, методика оценки нематериальных активов в общих чертах отработана: это и оценка по рыночным прецедентам, и по аналогии с брендами. На рынках рекламы умеют считать внимание и переводить его в деньги — Интернет, телевидение, радио, печатные СМИ давно загнулись бы без этого. Измерено, сколько стоит человеческая минута. Музейные минуты тоже имеют цену. Посчитайте, а после этого сдуйте зафрахтованное человеческое внимание в аренду рекламодателю/спонсору/меценату/государству. Если количество внимания будет счетным и прогнозируемым, финансовые доноры потекут рекой, как они стекаются ко всем концентраторам внимания. Соответственнократно возрастет интерес, а вместе с ним и цена постеров, баннеров, бронзовых табличек: «такой-то экспонат отреставрирован на средства такой-то фирмы», «подшефный зал такой-то компании». Музею стоит изучить опыт телевидения с его тарифной сеткой, рейтингами и прайм-таймом, ведь у него есть свой «прайм-тайм»: фокусные точки в экспозициях, произведения-хиты, места повышенного паломничества... Еще лучше — позаимствовать родственный опыт наружной городской рекламы. Совершенно ясно, что для рекламодателя четкая статистика стоكرат важнее любой агитации. Музеям как воздух необходимы внятные тарифы. Всякому интересанту должно предельно просто объясняться, что в таком-то зале, в поле притяжения такого-то произведения впадает в эйфорию три четверти посетителей музея, что в абсолютных показателях равно такому-то количеству человек-минут (часов, столетий). Отсюда расценки, сбалансированные по стоимости с расценками на схожие рекламоносители (перетяжки, баннеры, интернет-

клики, реклама на автомобилях, в метро, стенды на зданиях и проч.). А есть другая музейная точка пусть с меньшей посещаемостью (указать на сколько), но пользующаяся успехом у VIP-публики. И опять расценки. Пока ничего подобного музей предъявить не в состоянии, спонсору остается только гадать, что принесет ему конкретная акция, сколько человек и каких именно увидят его логотип. Поэтому он и малоактивен. Заметим, чем лучше в отрасли налажена отчетность о потребительском внимании, тем охотнее туда идет рекламоделец. Залогом финансового благоденствия Интернета стала именно счетность рекламы и в силу этого ее эффективность.

Универсальным же показателем для музея должно стать отношение производимого культурного эффекта к стоимости музейных закровов.

Помимо реализации основного товара — внимания — в арсенале музея остаются апробированные, всем хорошо известные генераторы дохода: кафе-рестораны-кондитерские, торговля книгами, сувенирами, банкетами и киносъемками, организация концертов и прочее. Плюс такие традиционные виды заработка, как экспертиза, атрибуция и иные услуги рынку, продажа слепков и копий, коммерческие образовательные программы (спрос на них растет). Проблема в том, что работа по оказанию дополнительных услуг часто не отлажена. К примеру, интересно позаимствовать европейский опыт и раз в неделю открывать музей во вторую/ночную смену, превращая его в территорию «живой» культуры. У нас подобные опыты предпринимались, но лишь как разовые акции. А вот более мобильные книготорговцы сочли подобный график работы небесполезным.

Позволю себе крамольную мысль: не пора ли сдавать произведения искусства в аренду частным пользователям? Конечно, не национальные святыни из экспозиции, а вещи из запасников. Кстати, если внедрить эту практику, у музейных работников появится серьезная мотивация к оценке коллекций — соответственно, и менеджеры с необходимыми компетенциями не заставят себя ждать, и финансовое оздоровление ускорится.

Профессиональные риски очевидны — вдруг произведение испортят, не вернут, смошенничают? Но для этого существует страховка, позволяющая заместить утрату чем-то равноценным. Как известно, произведения путешествуют, а в пути всякое может случиться — это не повод отказываться от выставок. Сдавая произведения в аренду, возможно соблюсти интересы разных сторон: государства как собственника, музея, частных лиц. Представим, что глава компании хочет, чтобы у него в офисе висел Фальк — для сплочения коллектива на базе обсуждения очередных чудак

честв шефа. Оценочная стоимость картины, к примеру, миллион долларов, и, допустим, государство хочет иметь 3 % годовых, то есть 30 000 долларов. Тогда месячная аренда обойдется в 2500 долларов плюс страховка. Брøde приемлемо.

Музей извлечет из подобной ситуации свои дивиденды. Сколько произведений разрушается из-за плохих условий хранения и недостатка средств на реставрацию? Если положить на чашу весов тот факт, что деньги, вырученные от сдачи картин в аренду, пойдут на их сохранение, ситуация предстанет в ином свете. Понятно, что этот вопрос, как и вопрос оценки фондов, не в единоличной компетенции музейных работников. Но важные полномочия могут быть им делегированы.

Предложение с арендой нуждается в продумывании, но его не мешало бы обсудить хотя бы в качестве кардиостимулятора для музейного организма. Недавний скандал с Лувром (*музей на двадцать лет предоставляет свой бренд вновь создаваемому музею в Абу-Даби и будет регулярно выставлять там свои произведения*) показывает, насколько музейное сообщество консервативно... Вместо того чтобы заставить сокровища работать на самовоспроизводство и промоушен, предпочитают их тезаврировать (выводить из обращения). Кстати, регулирование предложения — важная услуга, оказываемая музеями коммерсантам от искусства (на рынке вещи тем дороже, чем больше их выведено из оборота в музей) и никак не вознаграждаемая. «Де Бирс» проделывает это с алмазами, умело управляя редкостью (кстати говоря, искусственной), и, соответственно, ликвидностью и ценой — и снимает сливки. А музей, выполняя ту же работу, хочет и впредь довольствоваться святым духом? Сидеть на деньгах и нестерпимо в них нуждаться? Да сотой доли музейных активов хватит на то, чтобы, сформировав ипотечный залог, финансировать все нужды!

Но какие источники заработков ни изобретай, в основе всего — профильная деятельность музея: добейся успеха в ней — все прочее отстроится. При этом общий принцип должен соответствовать парадигме информационной открытости: экспозиции общедоступны, сервис — дифференцированный и платный.

Наставничество в музее — золотая жила гуманитариев

Профильная деятельность музея тоже может приносить доход, если в ней кое-что модернизировать. Взять хотя бы такое перспективнейшее направление, как экскурсионное обслуживание. Музей с его невообразимым количеством экспонатов, сам того не желая (и не желая замечать), вызывает у посетителя когнитивный (эмоциональный/психологический/информационный) перегрев. У людей разбегаются глаза; изобилие работает

не в плюс, а в минус — возникает чувство дискомфорта, переходящее в ступор, а зачастую и физическую дурноту. Ситуация усугубляется тем, что большинство посетителей не владеют контекстом восприятия экспонатов и фактически оказываются беспомощными в интерпретации увиденного. Эффект на выходе — отторжение музея на ближайшее десятилетие. Потребность в навигации растет, а значит, растет спрос на сопровождение и наставничество. Вопреки этому, экскурсоводы во внутримузеейной табели о рангах считаются «черной костью». Наиболее способные из них спешат перейти в научные сотрудники или хранители. (Эти должности престижны и чуть лучше вознаграждаются — по большей части не впрямую, а, например, загранкомандировками.) В рыночной же логике фигура экскурсовода наиважнейшая, поскольку от нее зависит «момент истины» — непосредственный контакт музея и посетителя — именно он определяет понимание, сопереживание, удовольствие, словом, приращение личного символического капитала человека. Экскурсовод равен по значению старшему тренеру, наставнику, коучеру. Благодаря ему может выстраиваться такая драматургия осмотра, происходить такая подстройка под индивидуальный запрос/вкус подопечного, что культурно-потребительский эффект будет многократно усиливаться. А это дорогого стоит. И соответственно, может оплачиваться по высшему разряду. Заработки экскурсовода легко привязываются к результатам его работы. Нет сомнения, что можно построить такую ценовую политику, при которой хорошие экскурсоводы превратятся в одних из самых высокооплачиваемых работников музея. А появление «зарплатных лидеров» тут же изменит мотивацию внутри сообщества и гальванизирует социальную атмосферу в коллективе.

В этой области много над чем предстоит поработать, к примеру, над тем, как для конкретного посетителя с его индивидуальными запросами и ожиданиями подобрать подходящего наставника? Сейчас это делается на глазок: диспетчер исходит из отзывов предыдущих экскурсантов. Между тем недавно появилось нечто более надежное, чем человеческая интуиция, — рекомендательные интернет-сервисы, основанные на коллаборативной фильтрации⁶. Принцип, положенный в их основу, сродни людской молве, только автоматизированной. Выдаваемые сервисом рекомендации могут быть полезны при выборе и экскурсовода, и музея в целом. (Например, человек попадает в культурный центр, где первоклассных музеев десятки, а в его график вписывается визит в один, максимум в два из них. Навигационный сервис тут придерется как нельзя кстати.)

⁶ О рекомендательных сервисах — их сути и устройстве — см.: Долгин А. Указ. соч. Разделы 1.3.4. и 1.3.5.

Заключение

В зависимости от целей, которые ставит перед собой музей, возможны различные сценарии деятельности. Можно хранить несметные культурные богатства и при этом не претендовать на внимание публики. Можно собирать толпы, но не собирать денег. Безденежье музея может объясняться культуртрегерскими установками, а может происходить от нерадивости и неумения. Но сколь бы ни отличались музеи между собой и какую бы судьбу себе ни выбирали, угроза едина: со всех сторон их теснят конкуренты в борьбе за потребительское внимание, в первую очередь масс-медиа. Телевидение и Интернет того и гляди отберут у музея его хлеб — они уже предлагают заменители, пусть несовершенные, зато широко доступные. Публика привыкает к ним как сахарозаменителю, растворимому кофе или порошковому молоку. Реальному музею наступает на пятки виртуальный. Голливуд хищно поглядывает на музей как на свою каптерку. А все потому, что раньше была ясная мотивация: лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать. Сегодня расклад иной. Что лучше: один раз увидеть «живую» или стократно на экране? И что это значит — «живую»? По части тактильности у музея оказывается не такая уж большая фора. Проникает ли аура сквозь стеклянный колпак музейной витрины? Какова ее проникающая сила? Пример торжества дигитализации — осмотр помпейских фресок. Их невозможно разглядеть из-за выключенного освещения (возможно, это делают из соображений экономии или боязни порчи). На помощь зрителям приходит все та же цифра: фрески снимают в темноте со вспышкой и затем рассматривают на экране фотоаппарата. В итоге из эффекта присутствия вычитается львиная доля смысла. Нет сомнений в том, что цифра и дальше будет теснить традиционную «вещественную» культуру.

Тут напрашивается аналогия с золотым запасом — он соотносится с деньгами так же, как оригиналы с репродукциями. Настоящие деньги — это золото, а привычные купюры — всего лишь заменяющие их знаки. Люди поверили знакам, поскольку за ними маячило реальное золото, которое при необходимости могло быть выложено на бочку. Со временем вера укрепилась настолько, что необходимость в вещественном доказательстве улетучилась. Почувствовав это, золотой стандарт упразднили. Аналогичные метаморфозы происходят с оригиналами произведений. Их мало кто видит, но все верят в символы, предъявляемые медиа. То, что подлинники где-то хранятся, обеспечивает обращение производных культурных знаков. Но как денежной системе обрезали пуповину

с золотым запасом, так и символическая система оторвется от раритетов и уйдет в свободное плавание.

Какая участь ожидает музей (библиотеку, архив) в недалеком будущем, когда контент будет оцифрован и круг задач ощутимо сузится? Не хотелось бы «каркать», но, боюсь, почтенной инстанции в ее сегодняшнем виде отпущено не многим более двух десятилетий.

Не пора ли переставить акценты на клиентоориентированные, перформативные формы работы? Конечно, ждать от всех музеев денежного фонтана бессмысленно. В значительной степени это зависит от актуальности собрания, от общекультурного контекста, но и от управления тоже. Необходима внятная система показателей. Лишь благодаря ей можно увидеть, кто лидирует, а кто отстает, понять, почему одно получается, а другое — нет, описать и распространить стоящие инновации. В противном случае опыт не капитализируется, идет стагнация, а следом заболачивание. Если своевременно не начать финансовый дренаж, то музею как институции несдобровать. В общественном восприятии он будет низведен до уровня его запасников. Хотя по всем задаткам может стать современным многофункциональным культурным комплексом, местом, где продается вдохновение.

Г. Вдовин

**Усадебный миф и усадебный посетитель
(на примере музея-усадыбы «Останкино»)****Несколько произвольных замечаний,
не претендующих быть вводными тезисами к проблеме¹***Памяти И.С. Рахлина, человека-монгольфера****Неизбежное, даже для произвольных замечаний, введение***

Всем очевиден один из основных вопросов гуманитарии — это проблема антропогенеза; предикат ее — проблема изучения эволюции человеческой личности. Ясна вслед за этим и *актуальность задачи историзации психогенеза как одного из видов антропогенеза*. Соответственно, важнейшая тема современной новистики, в том числе и искусствоведения, — изучение становления «я» как в отдельных видах изобразительного искусства, так и в его жанровой системе в целом.

При этом история русского искусства Нового времени — одна из самых интересных страниц мировой истории, поскольку, решая общевозрожденческие континентальные проблемы в максимально сжатые сроки (столетие с небольшим, то есть конец XVII — начало XIX века) вместо «классических» четырех веков с гаком (XIV — начало XIX века), отечественная культура отчетливо выявляет типические и специфические черты этого процесса. Однако если в истории портрета проблема становления «я» изучена достаточно подробно (Н. Коваленская, Д. Сарабьянов, Г. Поспелов, В. Турчин, Т. Карпова, Т. Юденкова и др.), то иные области истории русского искусства (история архитектуры, скульптуры, декоративно-прикладного искусства, история иных, помимо портретного видов живописи) к этой теме почти и не подступались.

Между тем рождение и эволюция усадыбы — характернейший пример рождения нововременного «Его» из средневекового «мы» и его трансформации в «личность» эры (не эпохи!) Романтизма, один из образцов способа реализации «я», одна из форм изживания и приобретения комплексов «личности».

Бессчетные деревеньки по всей бескрайней России бесконечно переходили от одного владельца к другому. Введение наследственной передачи в начале XVII столетия после Смутного времени — закрепление пространства и времени за родом. Знаменитое, сильно, впрочем, переоцененное

¹ Публикуемая статья — фрагмент находящейся в публикации книги «Парадокс о музее».

социологами «освобождение дворянства» в 1760—1762 годах суть закрепление хронотопа за фамилией, за представителем рода. Вторая половина XVIII — первая половина XIX века — триумф индивидуальности, а потом и личности, к коим навеки «пристегивается» имя (Кусково — Петр Шереметев, Останкино — Николай Шереметев, Архангельское — Николай Юсупов, Хмелита — Александр Грибоедов, Тарханы — Михаил Лермонтов...).

*Иначе сказать —
Поместье, как место ИмениЯ;
Имение, как топоним ИмениЯ;
УсадьБА, как СУДьБА.*

Итак, путь некоего сельца от полной безвестности к мировой славе вершится в итоге через имя владельца, *осуществляется обличением, становится через ликование*. Важная задача — рассмотреть эту эволюцию именно как *своего рода приватизацию действительности, приватизацию хронотопа*.

Позволим себе несколько примеров.

- Процесс «интимизации» интерьера вообще и усадебного в частности, когда на смену анфиладам и их залам начинают приходиться интерьеры с четко обозначенной функцией и убранством, в своем роде воспроизводящие «я» хозяина покоев.
- Открытие пейзажа и обустройство его как «своего», маркирование топонима как «пейзажного сколка души моей».
- Приватизация времени (например, появление городских, площадных, интерьерных и, наконец, собственных карманных часов) не только благодатная тема для историка декоративно-прикладного искусства, но и важная тема культуры Нового времени вообще, поскольку приватизируется и гуманизируется сам календарь, циклическое время субъекта и общества вообще.
- Многочисленные революционные изменения в мебели (письменный стол как вид), одежде (нижнее белье как обыкновение), гигиене (победа мыла как правила), застолье (тет-а-тет как жанр) и многом другом, опробуемые, как правило, именно в усадьбах, — очевидные следствия ментальной приватизации хронотопа в целом героем Нового времени.

Важно рассмотреть, и именно в усадьбе как в месте, служащем колыбелью и могилой человека Нового времени, *приватизацию жизни и смерти, обретение биографии, а потом и судьбы*. Развитие надгробной пластики в русском искусстве Нового времени — от анонимного холма и надмогильного креста вообще до надгробий с краткой биографией усопшего и мавзолеев с неутешными ангелами — серьезная тема для анализа в контексте поставленной задачи.

Итак, поставленная тема — *изучения проблемы рассуеверивания мира, расколдовывания универсума (но! никак не секуляризации его) в России Нового времени*, изучения проблемы приватизации хронотопа может и должна быть детально рассмотрена на примере феномена русской усадьбы².

И здесь чрезвычайно важно отметить *обоюдность процесса обличения. С одной стороны — становление «я» автора усадьбы (а именно владелец, складывающий чужие творческие воли в свой авторский жест, является в усадьбе подлинным автором); с другой же стороны — это и процесс эволюции зрителя, считывающего смыслы усадебного мифа*. Усадьба «Останкино» вполне может стать своего рода «опытным полем» для рассмотрения процесса обличения.

Останкино как миф эпохи

Останкино — миф рубежа XVIII и XIX столетий, подобно тому, как мифологически же бытовало в культуре середины — второй половины века Кусково. Современники отмечали наследование мифу мифа, Кускову Останкина, П.Б. Шереметеву Н.П. Шереметева, что закреплено, к примеру, в известном величании последнего «Крезом-младшим».

Вне мифологических представлений, вне устойчивой мифологемы невозможно понять подобные явления культуры, поскольку такой анализ будет деформировать особенности и художественный образ конкретного памятника, существенные черты культуры вообще.

Останкинский комплекс и замышлялся как миф. Мифологично само его созидание: глухой высокий забор, «караулы», поимка лазутчиков» и пр. — что это, как не попытка инспирировать некий демиургический акт, волевой «авторский жест», творение в одночасье, т.е. по мановению.

Примечательно, что все годы (1792—1798) стройка была окружена стражайшей тайной. «В большой дом и протчия (места. — *Вд.*) приезжих из господ и одним словом никакого звания, хотя бы и из родственников моих ближних, кроме тех мастеровых, которые при строении находятся в работе, отнюдь никого не впускать». Это распоряжение графа от ноября 1792 года много раз повторяется впоследствии. Меры предпринимались нешуточные: «Для предосторожности ж, чтоб снаружи в окошки не могли и то смотреть, то окна снизу и снутри заколотить толстым холстом; для воздуху ж, когда понадобится, то отворять одни верхние». Предосторожности не ограничивались периметром строящегося театра-дворца; тайна окружала всю созидаемую усадьбу: «Большой мост в Останкове рогаткою и закинуть, но для одного виду, что будто исправляется оный починкою,

² Подступы к теме обозначены нами в книге: Мир русской усадьбы. — М., 1995.

разобрать несколько бревен непременно, а для проезду на случай сделать небольшой (мост. — *Вд.*) внизу». И уж конечно, «из определенных (графским указом. — *Вд.*) гусар иметь беспрестанный день и ночь караул». Строгости распространяются даже на тех художников и мастеров, которые работают в Останкине, например на замечательного мебельщика Павла Споля: «Делать, наблюдая при том, чтобы Споль, где не должно ему быть, во внутренности большого дому отнюдь не допускаем был...» Но тот же Споль, работавший не только у Н.П. Шереметева, но и во многих других московских домах и подозреваемый, соответственно, в художественном шпионаже, используется если не в качестве контрразведчика, то, по крайней мере, в роли прикрытия и шпионской «наживки»: «Попросить Споля, чтобы он с тобою (А. Агаповым — тогдашним останкинским управляющим. — *Вд.*) съездил в новостроющийся дом графа Безбородки, где тебе сделать замечание, нет ли каких новостей и редкостей, как-то в убранстве и прочем и представить ко мне; Сполю ж оно не объявлять». Естественно, что в этой обстановке всеобщей подозрительности любой пришлец видится шпионом и поступают с ним жестоко: «На представление от Агапова, по случаю открывшегося обстоятельства с французом, который снимал вид Останкову, нахожу что поступлено с ним весьма неразумительно и сурово, то впредь в подобных сему случаях, дабы посторонние не могли быть допускаемы к рассматриванию останковских строений, наблюдать предосторожность, хотя и должно, но надлежит рассматривать важности проишествиев и человека, а потому, соображаясь, и следует обходиться порядочным образом и объяснять более на словах, а грубых и неприступных поступков не делать».

Зачем столько предосторожностей при совершении «величайшего, достойного удивления и принятого с восхищением публикою дела»? Быть может, сами отзывы современников и мемории, записанные со слов участников, отвечают нам: «(...) когда император Павел изъявил желание свое посетить Останкино, граф Н.П. Шереметев приготовил ему сюрприз: лишь только государь стал проезжать местность густой роши (Марьиной роши, тогда густой. — *Вд.*), вдруг, как из под распахнутого занавеса, открылась ему полная панорама Останкина — дворец, широкий зеркальный пруд, перед ним прекрасный фасад церкви и сад со всею улыбчивою окрестностью своею. В ожидании императора сделана была от начала роши до самого Останкина просека, у каждого надпиленного дерева стоял человек и по данному сигналу сваливал дерево. Император чрезвычайно удивился внезапной перемене декораций, долго любовался ею и благодарил графа за доставленное ему удовольствие».

Все эти «вдруг», «внезапно», «неожиданно», которыми изобилуют описания современников, открывают нам то, что можно назвать «останкинским мифом», мифом о творении в одночасье, мифом «потемкинских деревень», мифом России XVIII века, мифом, берущим свое начало в чудесном явлении Санкт-Петербурга среди «топи блат», никогда не умиравшем, живущем и ныне в вечных рассказах о строительстве «за одну ночь» и «без единого гвоздя». Ради этого впечатления, ради этого чудесного явления, ради этого дива было предпринято столько удивительных предосторожностей и шпионских экзерсисов.

Все те же валяющиеся деревья (начало, первое действие праздника — отсюда их исключительная знаковая роль) — воссоздание мифологического сего творения, модель его, повторение для «первого лица государства». В настоящей работе не место доказательству или опровержению известной идеи Маларме, высказанной в не менее известном письме к Верлену, о «первомифе», едином для всех национальных и расовых общностей, но невозможно не заметить, что для русской культуры XVIII столетия такой «первомиф» о «первотворении» был задан изначально в 1700-е годы «рождением из топи блат» Санкт-Петербурга. По этой богоборческой модели «творения в одночасье» структурируются многие мифологемы эпохи³, особенно усадебные. «Останкинский» миф — пример тому; миф тем более примечательный, что последние исследования скорее убеждают нас, что никаких «останкинских празднеств» на самом деле и не было⁴.

Мифологема творения в одночасье устойчива и продолжает действовать спустя столетия: случайно ли массовое культурное сознание породило и порождает вариации на тему этой архетипической мифологемы — рассказы о построении в одну ночь дворца, о создании за то же время труда, о строительстве «без единого гвоздя» и пр.? «Так миф, который трансформируется, переходя (...), в конце концов изнемогает, однако не до такой степени, чтобы исчезнуть. Остается еще одна альтернатива: путь романтической разработки и путь использования мифа с целью узаконить историю»⁵. Один из первых поэтов «подмосковных» Ю. Шамурин

³ Замечательно, что само открытие монумента основателю новой российской столицы было организовано подобным же образом: разом вдруг упали щиты, скрывавшие до того «Медного всадника». Т.е. церемониал был обращен к чудесному рождению города. Не приводя безбрежной библиографии, отметим, что почти все графические фиксации современников запечатлели именно это мгновение. См., например, известную гравюру А. Кола и А. Мельникова по рисунку А. Давыдова. Подробнее: Вдовин Г. Краткие тезисы к проблеме интерпретации семантики усадебного пространства и его мифологемы. (На примере Останкинского усадебного комплекса) // Искусствознание. — 2003. — № 2; Он же. К семантике понятия «итальянское». Опыт позитивизма в изучении русской культуры конца XVIII века // Искусствознание, 2006. — № 1.

⁴ Ракина В.А. Живописец Николай Аргунов. — М., 2004. — С. 56–62.

⁵ Леви-Стросс К. Как умирают мифы // Зарубежные исследования по семиотике фольклора. — М., 1985. — С. 87.

писал, что «все эти легенды однообразны и не обнаруживают особенного полета вдохновения: в них сквозит не только одна тревожная боязнь, что еще не совсем исчезло тяжелое прошлое, но есть память о нем, более прочная, чем наше восхищение архитектурными чудесами усадеб»⁶. Однако не в том ли дело, что эта память соединена, сплавлена с «их» восхищением архитектурой усадеб?

Посетитель усадьбы Останкино в XVIII столетии видится автору усадьбы в двух ипостасях — *восхищенного, но постороннего зрителя и заинтересованного, равного в интенциях и сомасштабного в инвенциях автору — знатока*. Первая модель принадлежит более середине века, временам «Креза-старшего», эпохе П.Б. Шереметева, пускавшего в свой кусковский «вертоград» всех «одетых с приличностью». Николай Петрович искренно привержен классицистическому вкусу с обостренными принципами амбивалентного авторитета, служащего как «правде», так и «кривде», подобно тому, например, как эпоха признавала и амбивалентную мораль.

Приметим, что место зрителей первой модели — более экстерьер; для них фасадические виды дворца и ансамбля в целом. Другие, пусть даже и подозреваемые в шпионаже, по свершение замысла достойны всей полноты картины.

Однако замысел принципиально бесконечен, по сути, нескончаем, откуда — и выбор материалов (дерево, бумага, папье-маше и пр.) властвующих здесь. Сам выбор материала — дерева — обусловлен не только и не столько требованиями акустики, и уж тем более не легендарной «традиционностью» этого материала в России, но главным образом обеспечением мобильности постройки и экономии времени. Изначальная установка на беспредельное совершенствование становящегося, развивающегося мифа диктовала выбор материала.

Самая сложная и запутанная для современного исследователя возможностями многочисленных противоречивых версий история создания комплекса, множество имен, бесконечное и не останавливающееся совершенствование, активная чрезмерно (сравнительно с современными аналогичными ситуациями) роль заказчика — что это все, как не попытка создания образа и, следовательно, мифа: «Украшив село мое Останкино и представив оное зрителям в виде очаровательном, думал я, что совершив величайшее, достойное удивления и принятое с восхищением публикою дело, в коем видны мои знания и вкус, буду всегда наслаждаться покойно своим произведением», — писал Шереметев в завещании.

⁶ Шамурин Ю. Подмосковные. — М., 1912. — Ч. I. — С. 6.

Подобно тому, как «потемкинские деревни» вопреки современному пониманию этого фразеологизма не были призваны никого обманывать, вводить в заблуждение, «имитировать» что-либо⁷, но были неотъемлемой частью создаваемого мифа («новороссийского прожекта»), так и природа Останкинского дворца не предполагала однозначной «обманной», «имитационной» идеи. Симптоматично, что известное замечание Понятовского — «бельэтаж весь деревянный, но с таким искусством отделанный и украшенный, что никогда нельзя было бы и подумать, что он сделан из дерева», — опровергающее, казалось бы, наш тезис, свидетельствует при внимательном прочтении, что истинной природы не скрывали, но и преподносили, «рекламировали», рекламируя тем самым и миф. Вообще, риторические эффекты классицизма строятся не на обмане (имитации), но на сосуществовании, параллельном бытии, замещении. «Потемкинские деревни» («новороссийский прожект») — едва ли не вершина мифотворческих интенций эпохи — легализуют и заявляют механизм функционирования риторических эффектов зрелого классицизма, законы его мифотворчества.

Продолжая сравнение «новороссийского» и «останкинского» мифов, отметим адекватность считывания мифа: устойчивость сравнения с «арабскими ночами», празднествами «великих моголов» и пр⁸. Сходство сравнений (к ним можно присовокупить и проводившуюся современниками аналогию с празднествами в Таврическом дворце) отчетливо демонстрирует цели авторов, создателей мифов и результаты, коих они достигали.

Только в мифе, а не вне его возможно истинное постижение природы останкинского комплекса, как, впрочем, и большинства усадеб XVIII — начала XIX века⁹.

⁷ Панченко А.М. «Потемкинские деревни» как культурный миф // XVIII век. Русская литература XVIII — начала XIX вв. общественно-культурном контексте: Сб. 14. — Л., 1983. См. также: Вдовин Г. «Не все золото, что блестит», или «Живой труп». Заметки о риторическом эффекте в русской культуре XVIII — начала XIX в. // Вопросы искусствознания. — 1995. — № 1–2.

⁸ Действительно, известные отзывы Паже, Вигеля, Де Пуле об останкинских праздниках и оценки современниками празднеств, сопровождавших «новороссийский прожект» (Сегюр: «Мне... кажется... что это страница из «Тысячи и одной ночи», что меня зовут Джафаром и что прогуливаюсь с халифом Гаруном-аль-Рашидом...») кажутся близнецами, рассказами об одном и том же. Ту же семантическую параллель использует Г.Р. Державин и др. очевидцы праздников в Таврическом дворце. В свою очередь, останкинские праздники передают мифологическую эстафету Кузьминкам. Современники, в частности Н.А. Порецкий, сравнивают знаменитый прием в Кузьминках 29 июля 1837 г. с «пирами Потемкина-Таврического, Орлова-Чесменского, Шереметева». Подробнее: Вдовин Г.В., Лепская Л.А., Червяков А.Ф. Театр-дворец в Останкине. — М., 1994.

⁹ Подробнее: Вдовин Г. Мир русской усадьбы — миф русской усадьбы: Опыт авторцензии // Мир музея. — 1995. — № 1, а также вступительную статью: Мир русской усадьбы — миф русской усадьбы // Мир русской усадьбы: Каталог выставки. — М., 1995.

Останкино как развивающийся миф

Созданная в конце XVIII века на северной окраине Москвы семиотическая структура оказалась наделенной могучим мифологическим потенциалом, далеко выходящим за пределы эпохи своего расцвета. Тем актуальнее проблема его генезиса и его эволюции, теснейшим образом связанные с развитием в хронотопе *основного парадокса музея — парадокса «сохранения» и «трансляции»*.

Останкино, как ни парадоксально это нынче звучит, — *место пустое и бесплодное*. Зря ли так долго держится именование его — «Останкино, Осташково тож на суходоле». Однако эта изначальная «пустота» и «бесплодность» изначальны же и насыщены. Как свидетельствует гидрогеология, под культурным слоем находятся погребенная палеодолина (в меридиональном направлении) и нерасчлененные озерные отложения днепровско-московского межледниковья с отложениями днепровской морены¹⁰. Не из этого ли сухого-влажного проседания — первый известный нам пространственный жест в сторону усадьбы и ее мифа — *вырытый в XVI веке Останкинский пруд как первый опыт борьбы с пустотой, с хаосом, со средневековой водобоязнью, как начальное желание закрепить, структурировать пространство?* (И не такова ли, заметим в скобках, раннепетровская, предпетропавловская мифологема плещевых озер и лефортовских прудов?)

В этом аспекте мифологема особая роль отводится останкинскому Троицкому храму с его особой семантикой, специфическим богословием¹¹ как опытом закрепления видения, нисхождения благодати, явления Троицы воочию св. Александру Свирскому, которому и посвящен один из престолов. Слово, обращенное к преподобному, как новозаветному Аврааму, удостоившемуся явления Святой Троицы в виде трех ангелов — «Я оставляю тебе мир и мир Мой подам тебе» — звучит в этом контексте как архетип Нового времени с его культом делания, как провозвестие петропавловского мифа творения в одночасье¹², как архетип усадебного строительства в том числе.

Анализируемый нами прежде останкинский миф времен расцвета усадьбы актуализирует *парадокс полноты и пустоты*, отсутствия и присутствия, «великолепнейшего» аполлонического монумента на века и деревянной, бумажной однодневки, возведенной на хилом столбчатом фундаменте.

¹⁰ Подробнее см.: Пашкин Е.М. Инженерно-геологическая диагностика деформаций памятников архитектуры. — М., 1998.

¹¹ Михайлов Б.Б. Храм Живоначальной Троицы в Останкине. — М. — Козельск, 1993.

¹² Особое значение имеют тут, конечно, и жизнь преподобного на берегу Святого озера в нескольких верстах от р. Свирь, и подвиг ученика его св. Адриана Ондрусовского на Ладого, и роль Александро-Свирского монастыря в Северной войне.

Своеобразным развитием мифологического парадокса полноты и пустоты стал и намертво приросший к Останкину миф о Галатее и Пигмалионе.

Культура второй половины столетия с увлечением отыгрывала миф Минервы и миф Дидоны¹³. В официозном образе Минервы Екатерина II представляла богиней-победительницей и богиней, покровительствующей искусствам. Образ любвеобильной Дидоны говорил об императрице приватно, а Эней, коим мог быть любой новый фаворит, иногда и вовсе опускался. Минерва и Дидона — две стороны одной медали пафосного екатерининского мифа, запечатленного эпохой во всех художествах и всех материалах.

Под барабанный бой, медь валторн, церемониальную поступь победоносных полков и «подблюдны песни щастливых селян» незаметно вызревает иной, противопоставленный имперскому миф, миф частной жизни и приватной судьбы. Миф о Галатее и Пигмалионе, о творении любви и оживлении любовью, о *рождении всего из ничего*.

Не раз отмечено, что книги просветителей, в особенности Руссо, «слезные комедии», ставшие модными на театре, культ природы в архитектуре и живописи, мода «а ля натюрель», «чувствительная» поэзия и «музыка сердца» способствовали общему мнению, что «и крестьянки чувствовать умеют». Далее этого утверждения никто, почитай, и не пошел. А если и вправду находились «пигмалионы», то результаты их «творчества», как правило, были трагичны. Таков Руссо, проповедь которого не мешала ему отдавать всех своих внебрачных детей в приюты; таков возлюбленный и обидчик, таинственный «Sh» Л. Стерна в знаменитом его «Сентиментальном путешествии по Франции и Италии», бросивший трогательную Марию и ее ручного козленка; таков Эраст в «Бедной Лизе», толкнувший страдальицу в утопленницы... Во второй половине XVIII — начале XIX века их — простодушных Галатей и модных Пигмалионов — сотни, если не тысячи.

История П.И. Ковалевой-Жемчуговой и графа Н.П. Шереметева нетипична. Нехарактерна именно потому, что им — единственному Пигмалиону и единственной Галатее — удалось то, о чем остальные лишь болтали и что своеобразно разыгрывали. Нетипична, поскольку развивая античный миф, со временем и Галатея творила Пигмалиона. Необычна,

¹³ Корндорф А. Российская Дидона, или Обратная сторона Минервы // Искусствознание. — 2003. — № 1. Ближе примыкающий к общероссийскому мифу «Минервы — Дидоны», а то и коррелирующий с ним аполлонический миф Останкина в некоторых своих эпизодах давал неожиданные результаты: Вдовин Г. Памяти кентавромахи и лапифофобии как зеркала русской культуры Нового времени. Опыт семиологического эссеизма с обилием цитат, отсутствием сносок, неоригинальным подтекстом и вовсе уж сомнительным моралите // Октябрь. — 2004. — № 6.

как все, где, знамо дело, «кончается искусство», а, натурально, «дышит почва и судьба»¹⁴.

Не случайно пигмалионическая история нашла свое идеальное воплощение в Останкине, в усадьбе со своей устоявшейся мифологемой, поскольку и то и другое восходит к мифу «творения в одночасье», к рецепту чуда «*всего из ничего*», к искони московскому парадоксу «*переполненной пустоты*»¹⁵.

Тем пышнее расцветал миф о *Галатее и Пигмалионе*, окончательно закрепленный с завершением строительства Странноприимного дома в Москве (1794–1810). Получив после 1803 году, по смерти гр. П.И. Шереметевой, мемориальный характер, дом этот «вдруг» выявил архитектурный жест приглашения, утверждения и зова. Плановое полукружие здания сообщает пространству внутреннего двора и всей композиции «вбирающее», «вводящее», «приглашающее» движение. Его энергию останавливает, не ослабляя, полукруглая двойная колоннада, предложенная Кваренги. Неторопливое достоинство этой архитектурной пластики наглядно воплощает в композиционный и градостроительный образы новозаветное «Придите ко Мне все труждающиеся и обремененные, и Я успокою Вас» (Матф. 11:28), служившее своего рода эпиграфом замысла, девизом дома¹⁶.

Теперь материала для дальнейшего развития мифа стало вдосталь, и он не преминул этим воспользоваться.

Останкинский миф вышел за пределы усадьбы, увлекая за собой и посетителя, трансформируя человека «глядящего» XVIII века в человека «слушающего» XIX.

И когда читаешь пушкинскую «Барышню-крестьянку», то понимаешь вдруг, что маскарад с переодеванием в крестьянское платье, затеянный «Акулиной» (Лизой-Бетси Муромской) с Алексеем Берестовым, — реплика на историю Николая Петровича и Прасковьи Ивановны... А диалог: «И ты не обманешь меня?» — «Не обману». — «Побожись». — «Ну, вот те

¹⁴ «Знаменитейший неравный брак, брак Шереметева с Парашей, не был первым из неравных, но первым в мире частных лиц. И в этом качестве означил наступление эпохи частности на пороге XIX века», — свидетельствует один из вдумчивых специалистов по «метафизике Москвы» Рустам Рахматуллин (Облюбование Москвы // Новый мир. — 2001. — № 10). Заметим, что немало постарались для мифа Галатее и останкинского мифа родственники, потомки и друзья графа Н.П. Шереметева. В огромном архиве Шереметевых документов, касающихся непосредственно Прасковьи Ивановны, наперечет. По свидетельству первого биографа актрисы Петра Безсонова, написавшего свою книгу в 1872 году, «чья-то заботливая рука тщательно изъясла все, относящееся к интимной жизни Шереметева». Подробнее: Граф Н.П. Шереметев. Личность, деятельность, судьба. — М., 2001.

¹⁵ А. Балдин. Московские праздные дни // Новая Юность. — 1997. — № 24.

¹⁶ Не только здания для богоугодных дел видятся современникам «Божим домом», но и сама Библия — гостиницей, где странника жлет врач. «Туда пациент иерихонский. Зовет, сердце потярявший: «Придите ко мне, все труждающиеся...». О сем враче внушает нам сын Сирахов: «Почитай врача...», — пишет Сковорода (Сковорода Григорий. Собр. соч.: В 2 т. — М., 1973. — Т. 1. — С. 368). Подробнее: Вдовин Г. Образ Москвы XVIII в. Город и человек. — М., 1997.

святая пятница, приду» — отсылает вдумчивого читателя и к Прасковье Шереметевой, и к ее небесной покровительнице Параскеве Пятнице.¹⁷

И когда натужно и безуспешно пытаются петь «Вечор поздно из лесочка», не важен голос, так же, как нужды нет выяснять, кем, когда и почему сочинена песня, разошедшаяся изустно и в лубках как своего рода ария русской Галатеи.

И когда в житии Св. Ксении Петербургской наталкиваешься на некую Прасковью Ивановну — постоянную и «давнюю благожелательницу и покровительницу» будущей святой, то охотно и без оснований сопрягаешь все это с образом П.И. Шереметевой.

И когда случайно, вовсе ненароком находишь упоминание о счастливом послевенчальном житии Н.П. Кондакова именно в Останкине и о продолжительной дружбе его с графом С.Д. Шереметевым, то уже и не удивляешься. А где же еще жить великому русскому иконографу и с кем еще přátельствовать?

И когда вглядываешься в многочисленные истории XIX века, сконструированные по рецепту «неравный брак», то начинаешь понимать, что все они своего рода корреляты к останкинским мифам. И что ж удивительного, если мифологема живет и далее. Так, Александр Галич, столь отзывчивый к метафизике Москвы, настойчиво проговаривает ее. (То «останкинская девочка» милиционерша «Леночка Потапова» выходит замуж за заморского принца, то, напротив: «Отвези, ты, меня, шеф, в Останкино», — просит вышедший из грязи в князи, но предавший свою останкинскую любовь партийный бонза.)

И когда в рассказах Асара Эппеля¹⁸, ярко живописующих жизнь вокруг останкинской усадьбы в 1940-е годы, жизнь так точно обсказанную, но так тщательно обходящую сам дворец, снова утыкаешься в феномен «переполненной пустоты» и готов повторять вслед за прыщавым виршеплетом с Ново-Московской улицы —

*... Есть в осени первоначальной...
 ... в тиши останкинских дубрав...
 ... дворец пустынный и печальный...
 ... а в нем влюбленный ходит граф...
 ... Шереметев ...
 ... Столп с Помоной...
 ... и первый в жизни поцелуй...
 ... и на скамье той потаенной...
 ... начертанное кем-то «хуй»... —*

¹⁷ Заметим в сноске, что Пушкин, как обычно, дает и повторную отсылку: «Акулина», как и П.И. Ковалева-Жемчугова, — дочь кузнеца.

¹⁸ Эппель А. Травяная улица. — М., 2000; Он же. Шампиньон моей жизни. — М., 2000.

«поверх барьеров» сопрягая зачем-то помонов столп, нож Вертумна, рог изобилия, будто бы простодушные девизы «помонических» эмблем¹⁹, приапические знаки, ну, и, само собой, «начертанное кем-то».

XIX век, время должное стать началом эстетического осмысления и присвоения Останкина новым посетителем, прошло для него почти втуне, в силу особенностей останкинского мифа, во-первых, и достаточно последовательного нежелания наследников Н.П. Шереметева открывать памятник с очевидной, казалось бы, прамузейной функцией, для осмотра всех, во-вторых. Только в этом смысле и дачный бум рубежа XIX—XX веков, и пышность всего псевдофольклора XIX столетия в страданиях «по неравном браке» — своего рода эстетические акты *не посетившего тогда Останкина посетителя*, своеобразно переживающего миф «*переполненной пустоты*». Этот миф продолжает активно работать в останкинском локусе на протяжении всего XX столетия, воздействуя на посетителя.

Тотальность мифа, его всевластие над всеми социальными слоями продемонстрировали события 1917—1918 годов, когда «переполненная пустота» мешает грани возможного, тасуя амальгамы, путая поту- и посястороннее, трансформируя зеркала и множа зазеркалья, и когда Шереметевы сами и добровольно отдают Останкино новой власти, и когда останкинские жители защищают усадьбу от разорителей, и когда те же аборигены и «бывший из администрации Шереметева», ставший заведующим дворцом-музеем Р.Г. Костиков «ведут самоотверженную борьбу с группой дельцов-«коммунистов» Пашкова, Предена и др.»²⁰, и когда несколько раз неизвестные грабители, проникая во дворец, не берут ничего, прихватывая с собой разве что фрагменты драпировок²¹.

Наследуя, с одной стороны, мифу чудесного творения, с другой, замышляя пантеона искусств (знаний, умений и пр.), и, наконец, с третьей, *игровому переживанию пространства*²² со всеми его корреляциями и нар-

¹⁹ См., например, № 711 в «Избранные эмвлемы и символы...» Нестора Максимовича-Амбодика (СПб., 1811) и др. Некоторые иконологические останкинские сюжеты исследуются в упомянутых прежде наших работах.

²⁰ Архивные материалы по национализации и образованию музея. — Научный архив музея-усадьбы Останкино (далее — НА), ф. II, № 361/806. Л. 1—5.

²¹ О передаче музея в ведомства 1919, 1922. — НА, ф. II, № 478/1134, Л. 4. Для метафизиков пространства и просто для любителей исторических курьезов, с приветом братьям Стругацким, не могу не отметить, что многие документы этих времен исправно подписывает «зам. нач. музейного отдела» по фамилии Мерлин.

²² Понятие «игровое переживание пространства» без пресловутых «бахтинологических» идей тотальной «карнализации» предложено: Раппапорт А.Г. Пространство театра и пространство города в Европе XVI—XVII вв. // Театральное пространство. Материалы научной конференции. — М., 1979. На примере Останкина разрабатывалось нами в: Краткие тезисы к проблеме интерпретации семантики усадебного пространства и его мифологии (На примере Останкинского усадебного комплекса) // Искусствознание. — 2003. — № 2.

ративами «потемкинских деревень», усадьба «Останкино» дублируется новой эпохой в феномене ВСХВ-ВДНХ как энциклопедии советского всемогущества и вокабулярия советского всезнайства. (В этом смысле не посещавшие Останкина герои кинофильма «Свинарка и пастух», пребывавая в границах Выставки достижений народного хозяйства, Останкино все-таки посещают. Да и сам сюжет шедевра советского кинореализма, по сути, реплика останкинскому мифу в такой его составляющей, как «неравный брак».) Приметим также, что феномен ВСХВ-ВДНХ вновь, почти как в XVIII столетии, предполагал *зрителя в двух ипостасях — потрясенного, но постороннего зрителя и заинтересованного, равного в интенциях и сомасштабного в инвенциях авторам, знатока некоторых «страниц» энциклопедии.*

По сценарию волшебной подмены всего ничем и наоборот спасает во второй половине 1930-х годов усадьбу, дворец, коллекции К.А. Соловьев, остроумно эксплуатировавший концепцию творчества крепостных. Остроумно настолько, что сам и становится ее жертвой, забыв к концу 1950-х — началу 1960-х совершенные им же подмены, запамятавав свою ложь во спасение. *И новый посетитель усадьбы второй половины 1930-х — начала 1960-х более чем охотно принимает подмену, позволяющую ему совместить эстетическое с классовым.*

Опытom «творения в одночасье», но уже со знаком минус, той же «победой отсутствия над наличием» пользуются во время Отечественной войны для спасения дворца, создавая «ложную экспозицию» в интерьерах и «растворяя» при помощи маскировки его экстерьер. Высшей оценкой этого вынужденного жеста мифа «переполненной пустоты» стали пронзительные отзывы уходящих на фронт бойцов 1942–1944 годов, людей, не заметивших подмены.

Начало подспудного разрушения равновесия эстетического и вульгарно социологического в изводе мифа «переполненной пустоты» образца второй половины 1930-х — начала 1960-х годов фиксировано двумя знаменательными обстоятельствами. Во-первых, это начало традиции музейного музицирования как своего рода предел советской эстетизации памятника для его посетителя²³. Во-вторых, это начало строительства Останкинской телевизионной башни, ставшее своего рода кульминацией аполлонического и, стало быть, соляного мифа с наследованием мифологемы Сухаревой башни и семантикой «перпендикуляра во мнимое, в вакуум», «окна в иное»²⁴.

²³ Останкинский дворец-музей творчества крепостных одним из первых в Европе и первым в СССР открыл и стал разрабатывать тему музейного музицирования как специфического музейного акта.

²⁴ А. Балдин. Указ. соч.

Пытающееся фиксировать метафизическую останкинскую дыру грандиозное строение, изначально обречено парадоксу: мощнейшая техногенная структура производит эфир, прогнозы, прозрения, мороки. (Не зря же Владимир Орлов поселяет всю «чисть и нечисть» во главе с альтистом Даниловым вокруг Останкина. Не зря же восставшие в 1993 году приехали на телевидение и долбили именно витрину, то есть стекло как метафору эфира, как троп «отсутствия — присутствия»... Не зря же более чем чуткий к массовому мифу Виктор Пелевин дает финальные разгадки «Generation “П”» в неких «останкинских подвалах»... Не зря же Сергей Лукьяненко как в «Ночном», так и «Дневном дозоре» избирает ареной противостояния стогны и улицы вокруг Останкина... Не зря, пытаясь замешать легендарного московского «востонома» Якова Брюса на Сухаревой башне, не оставляют в покое Останкинскую всевозможные уфологи... И уж вовсе не случайно более чем техническим происшествием миная общественному мнению пожар башни осенью 2000 г.).

Из останкинского локуса и из сознания посетителя Останкина, около полувека жившего в гармоническом парадоксе эстетического — классового, уходит последняя часть дихотомии, трансформируясь в новую дихотомию эстетического — эзотерического.

Окончательно оформившееся к рубежу 1970-х — 1980-х годов прощание эстетического с классовым можно видеть во многих симптомах: и в том, как в окончании официального названия музея — Останкинский дворец-музей *творчества крепостных* — все чаще опускают два последних слова даже в официальной переписке; и в том, как мучительно, но верно меняются атрибуции крепостным творцам всего останкинского на иные, отводящие центральные роли ведущим мастерам конца XVIII столетия, замыслы которых реализовала «крепостная интеллигенция Шереметевых»²⁵, и в результатах социологических исследований, очевидно свидетельствующих о поисках посетителем в первую очередь «эстетического удовольствия» не без подспудной, подчас почти неосознаваемой эзотерической нотки²⁶, и в подспудной смене тематики выставок, лекций, экскурсий; и в мучительном преодолении своего рода *террафобии*, свойственной музею в 1970-х — 1980-х, когда Останкинский *дворец-музей* будто и не видел своего парка, панически боясь трансформации в реальный *музей-усадьбу*, в настоящий *дворцово-парковый ансамбль*²⁷.

²⁵ Новые материалы по истории русской культуры. Научные труды Останкинского дворца-музея. — М., 1987. Сборник был написан и составлен еще в 1983 г.

²⁶ Вдовин Г.В., Фоломеева И.М. и др. Итоги социологических исследований в Останкинском дворце-музее в 1984 г. — НА, ф.11, №561/1006.

²⁷ Закрытие останкинского «Увеселительного сада» с 1979 по 1993 год странным образом не вызвало протеста ни у посетителей, ни у власть предержащих.

Новый посетитель старой усадьбы

В середине 1990-х в музей-усадьбу «Останкино» приходит новый посетитель. Увы, черты его сознания нам не совсем еще понятны, не очень вразумительна эвристика его побуждений, не очевидны его художественные предпочтения и крайне путаны вкусы. С точностью можно констатировать пока лишь две устойчивые черты нового поколения.

Это полное забвение социологического контекста представляемой музеем-усадьбой культуры при очевидном примате эстетического и эзотерического начал, во-первых.

И своеобразие нового механизма арт-контакта, во-вторых. Назовем его условно «усвоение присвоением».

Дело не только в том, что одной из активных форм музейной работы становится проведение всевозможных торжеств на территории дворцово-паркового ансамбля, задействованного в своей целокупности, актуализирующих его пресловутую «праздничную» функцию. Важнее иное. Посетитель не менее радостно востребует и «будней» усадьбы, ее каждодневного обихода²⁸, сознательно избегая романтического и постромантического ролевого образца «одионочества в толпе» и сознательно вновь попадая в него.

Сказать иначе, «усвоение присвоением» — своего рода идеальное выражение «компенсаторной модели музея», где постромантический парадокс России — между *литературоцентричностью культуры* и *«грандароцентризмом» музеологии* — явлен во всю мощь, настойчиво влечет нас в сказочные страны, прекрасно описанные злоязычным Сергеем Довлатовым в «Заповеднике» и циничным Джулианом Барнсом в «Англии, Англии»²⁹, ныне воодушевленно реализуемые многими российскими губернаторами, но особенно активно — московским мэром в Коломенском и Царицыне.

²⁸ Можно предположить, что этот симптом, общий для всех музеев-заповедников, свидетельствует о жизнеспособности идеи Н.А. Никишина о «компенсаторной модели музея» как одной из важнейших моделей: Никишин Н. Чего хотят и что делают современные российские музеи // Меняющийся музей в меняющемся мире. Конкурс музейных проектов. — М., 2004. В дефинициях, предлагаемых Н.А. Томиловым, идее «компенсаторной модели музея» соответствуют «функция интеграции» и «функция идентификации». (Томилов Н.А. Общая музеология: Программа курса для студентов университетов. — Омск, 2001; Он же. Музееведение (музеология) как научная дисциплина // Тальцы. — 2004. — № 3 (22)). Об опасностях пути музейного оживляжа см. нашу работу: Кризис музея как мировоззрения. Девятнадцать февральских, крайне субъективных тезисов, зачитанных, быть может, в сентябре 2002 года как опыт историсофической провокации, и некоторые комментарии к ним, набранные самым мелким кеглем // Мир музея. — 2002 — № 5, № 6.

²⁹ Право слово, на месте преподавателей музееведения я бы непременно включил оба произведения в список обязательного чтения для студентов.

* * *

Проведенный анализ предпочтений посетителя музея-усадьбы, конечно же, эскизен. Это всего лишь черновик к возможному будущему исследованию. Но нам было важно сконцентрировать внимание на специфике арт-контакта именно в усадебном пространстве с его тенденцией к крайне обострению парадокса о музее, как в тезаурусе исторически протомузейном, в хронотопе поместья, как «урочища, вместилища и родилища» специфического мифа, имеющего доромантическую предысторию и актуального по сию пору, как в своем истоке, так и своей эволюции. И хотя эволюция усадебного зрителя в целом совпадает с предложенной нами прежде идеей становления «я» в русской культуре Нового времени, в общем, соответствует заявленной схеме «персона» — «индивидуальность» — «личность»³⁰, в ней есть множество увлекательных сюжетов и неожиданных троп, отходящих от пресловутой, неизменно и неизбежно схематизированной генеральной линии. Казалось важным попытаться хотя бы подступиться к этой теме, поскольку семиозис таких локусов давно и громогласно постулируется отечественным искусствознанием, но в качестве целостного организма на практике почти не интерпретируется, ограничиваясь опытами рассмотрения отдельных узлов и деталей. Между тем как еще в начале 1980-х годов Е.Б. Муриной было справедливо отмечено, что «мифологизация пространственной среды — цель синтеза искусств», своего рода предел *Gesamtkunstwerk*³¹ во всей возможной полноте нашего переживания.

³⁰ Вдовин Г.В. Становление «я» в русской культуре XVIII века и искусство портрета. — М., 1999. Он же. «Персона» — «индивидуальность» — «личность». Очерки визуальной антропологии русского искусства XVIII века. — М., 2004.

³¹ Мурина Е.Б. Проблемы синтеза пространственных искусств. Очерки теории. — М., 1982.

Раздел 2. ЧЕЛОВЕК В МУЗЕЕ

М. Юхневич

Посетитель глазами музея

Один из возможных путей исследования аудитории — посмотреть на музей глазами человека, но возможен и другой — конструирование образа посетителя, к которому адресуется музей.

Если проблема отражения музея в сознании человека с определенной долей вероятности свяжется с представлением о зеркале, в котором музей захочет увидеть себя, то для нашего сюжета больше подойдет кино-объектив, а вернее, фигура кинодокументалиста с камерой в руках. Он вооружен определенным сценарием (программа социологического исследования, анкета или интервью, параметры листов наблюдений за осмотром экспозиции и другой инструментарий) и, направляя камеру в сторону человека, достаточно хорошо представляет, какой кадр хочет снять. В этом кадре неминуемо отразится априорное *представление музея об аудитории*. Ведь он знает, какая именно информация о людях ему нужна, чего он ждет от них, чего вовсе не хочет (или не может) касаться. Иными словами, в социологические опросы, которые претендуют на объективность, безусловно, заложена определенная установка на восприятие человека. Хотя, конечно, бывают неожиданности, ведь мы имеем дело с «документальным кино».

Однако кинооператор — это фигура, принадлежащая определенному времени, которое во многом и определит, куда направлен объектив.

Поиски образа посетителя в рамках проведения социологических опросов в России легко уложатся в несколько этапов. Самые первые попытки выяснения состава музейной аудитории относятся к началу века (такowymi были, в частности, исследования Педагогического музея военно-учебных заведений 1908 и Исторического музея 1910—1911 годов), однако систематические исследования проводятся с середины 1920-х годов до середины 1930-х. Прямым следствием постановления ЦК ВКПб «О педологических извращениях в системе Наркомпросов», в котором говорится о «вредности и бессмысленности» опросов в виде анкет, тестов и пр., стало постановление Наркомпроса от 26 июля 1936 года, запрещающее применять «лженаучные» методы в музее. Проблема изучения

музейной аудитории не снималась с повестки дня, но отсутствие методик фактически свело это направление на нет. Единственным, и весьма ограниченным, источником продолжали оставаться книга отзывов, которая неминуемо отразит облик лишь тех посетителей, которые хотят «опубликоваться» на ее страницах, и книга учета организованных групп. Вновь к исследованию аудитории возвращаются только с конца 1960-х годов, когда, с одной стороны, наблюдается рост музейной аудитории, а с другой — вновь начинает развиваться социология. Перед музейными социологами предстал, как это ни парадоксально звучит, «неизвестный посетитель», которого более или менее знали только в лицо, не близко, без подробностей, с которым несколько десятилетий не было «обратной связи». Музей захотел узнать его поближе, а потому пик исследований пришелся на 1980-е. Они более или менее активно (скорее — менее) продолжают осуществляться в 1990—2000-е годы, когда музей признал своей высшей целью коммуникацию с публикой, пытаясь развивать свою деятельность в рамках теории маркетинга, предполагающего вовлечение музея в рыночные, т.е. *ориентированные на посетителя* отношения.

Пафос данной статьи в том, что, на взгляд автора, меняется не только посетитель музея, мотивы, ожидания, предпочтения, интересы которого в той или иной степени (подчеркнем — в той или иной) постоянны. Меняется представление самого музея о личности человека, который переступает его порог, а опосредованно — о собственной миссии, смысле и стратегии работы с аудиторией.

В поисках слова

О том, что проблема «человек в музее» действительно волнует специалистов, косвенно свидетельствуют упорные поиски слова, которое адекватно определяло бы того, кто переступает порог музея (или может переступить). Заметим, что подобных проблем как будто бы нет у специалистов, работающих в области театра или кино, где господствует *зритель*, или библиотеки, которые посещает исключительно *читатель*. Закономерно объяснить это не только многообразие музейных предложений, но и неоднозначностью представлений о том, зачем человек приходит в музей.

Самое главное, что ни одно из ниже приведенных определений, которые используются для описания ситуации «человек в музее», не удовлетворяет самих музееведов:

- *Посетитель* — одно из наиболее распространенных определений. Существует также «одиночный посетитель» (есть что-то очень грустное и ущербное в этом словосочетании, которое употреблялось

в жесткие 1920-1930-е годы), а также «индивидуальный посетитель», который придет ему на смену уже в 1970-е годы, привнеся новый оттенок в восприятие образа. Однако название «посетитель» (реальный или потенциальный) фиксирует лишь *факт посещения* музея. Поэтому «многие музейные деятели начинают отказываться и от этого термина, находя в нем компонент пассивного взаимоотношения человека с музеем»¹.

- *Зритель*, определение, которое используют главным образом сотрудники художественных музеев, отражает содержание деятельности человека в подобном музее, но только одну его сторону. А как назвать того, кто приходит на столь распространенные лекции или концерты, — *слушатель*? Но это как будто бы «из другой оперы».
- *Клиент* — термин, тесно связывающий музей с миром бизнеса, предлагает излишне односторонний взгляд на человека как потребителя продукта или услуги. И не всякий музейщик готов это слово произнести. К тому же эту роль человеку приходится играть отнюдь не только в музее.
- *Аудитория*, равно как и *публика*, также слишком обобщенные определения, ни в коей мере не описывающие «музейную ситуацию».

Итак, единого названия для человека, который ходит (или не ходит) в музей, любит его (или не любит), сотрудничает с ним (или не сотрудничает), не существует, а потому в статье будут использоваться разные термины в зависимости от того ракурса, который выберет гипотетический кинооператор.

В контексте данной статьи нуждается пояснение и слово «музей». В данном случае подразумевается рабочая группа, которая от имени и по поручению администрации музея, а реже — следуя собственным научным интересам, занимается разработкой программы и инструментария социологического исследования, его проведением и обобщением результатов.

Составляющие образа, или Ракурсы изучения аудитории

Музейная аудитория многолика, и кинооператор может занять по отношению к ней разные позиции.

1. Создать ***социально-демографический портрет аудитории***, для чего понадобятся такие характеристики, как пол, возраст, образование, профессия, место жительства.

¹ Гуральник Ю.У. Посетитель — главный партнер музея // Музей и его партнеры: Сб. трудов творческой лаборатории «Музейная педагогика» кафедры музейного дела. — М., 2004. — Вып. 5. — С. 24.

2. Зафиксировать *социальные роли человека по отношению к музею*, к числу которых отнесем:
 - *Ученик «музейной школы»*, усваивающий музейный материал.
 - *Независимый эксперт*, выражающий мнение о различных сторонах деятельности музея.
 - *Равноправный партнер*, готовый к сотрудничеству с музеем.
3. Раскрыть образ посетителя через его *личностные характеристики*, и тогда перед объективом окажутся:
 - *Человек воспринимающий: homo percipiendi*. Для его описания служат такие параметры, как ориентация в музейном пространстве, степень доступности экспозиции или экскурсии. В диалоге с ним музей поинтересуется также, почему и когда возникает «музейная усталость» и как можно снизить ее уровень, как развить в человеке способность к восприятию музейного языка.
 - *Человек познающий: homo cogitandi*. Обращаясь к нему, музей будет выяснять, какова музейная эрудиция посетителя (частота посещения музеев вообще и конкретного в частности), обладает ли он предварительными знаниями по теме музея, склонен ли рассматривать его в качестве источника информации, интересны и доступны ли знания, которые сообщает человеку музей, способен ли он их усвоить и запомнить. Однако главный вопрос: насколько адекватно прочтение *музейного высказывания* посетителями замыслу авторов экспозиции.
 - *Человек отдыхающий: homo otiosus*. У него музей обычно спрашивает о своем месте в структуре досуга, о спутниках посетителя, а также, особенно в последнее время, о степени комфортности его пребывания музейной среде.

Названные роли и характеристики не служат для дифференциации музейной аудитории: они могут соединиться в одном человеке, хотя и в различных пропорциях.

После того как автор объяснил свою позицию и определил параметры анализа, можно обозначить *цель работы*. Она заключается в том, чтобы выявить, как отразилось восприятие музеем его аудитории в социологических опросах, которые проводились в разные периоды: в 1920—1930-х, 1970—1980-х, а также 1990—2000-х годах. *Источником анализа* послужат главным образом *тексты анкет и интервью*, которые предлагалось заполнить людям в музее или за его пределами, а также *публикации*, содер-

жащие анализ опросов населения. Наиболее часто мы будем ссылаться на исследования:

- НИИ культуры «Музей и посетитель» (1973—1978), проведенное в краеведческих музея и музеях-заповедниках РСФСР, а также другие исследования института (с 1992 года получившего название Российский институт культурологии — РИК), в том числе осуществленные сотрудниками Лаборатории музейного проектирования в музеях России в последнее десятилетие;
- Отраслевой социологической службы Министерства культуры РСФСР «Отношение населения крупных городов к музеям» (1986—1987);
- Крупнейших отечественных музеев, прежде всего Государственного Исторического музея, Государственного музея изобразительных искусств им. А.С. Пушкина, Государственной Третьяковской галереи, Государственного Русского музея, Музея-заповедника «Московский Кремль», Политехнического музея, которые на протяжении многих десятилетий ведут систематическое изучение публики.

Динамика образа посетителя в восприятии музея

Паспортные данные

Начнем со сферы наиболее устойчивых интересов музея — *социально-демографического портрета посетителя*. Так называемая «паспортничка» присутствует в анкетах с самого начала проведения исследований музейной аудитории. Она выявляет образовательный уровень, профессиональную принадлежность, возраст, пол, место жительства людей. В 1920-е годы к этому перечню добавляется строфа «партийность», а вопрос о профессии (или «занятии») нередко заменяется более актуальным — «социальное положение»: рабочие, служащие, учащиеся, красноармейцы, крестьяне. В целом параметры для характеристики социально-демографического портрета посетителя устойчивы, однако с течением времени музей нуждается все в большей и большей нюансировке. Прежде всего, это касается характеристики образовательного уровня аудитории. Так, например, судя по анкете Политехнического музея (1970), с начала исследований на новом этапе музейной социологии заметно стал проявляться интерес к тому, имеет ли человек гуманитарное или естественное (техническое) образование, какова его узкая специализация в рамках основной профессии².

² Агафошина Б.И., Родионова Л.В., Фельдман Л.Е. // Изучение индивидуальных посетителей музея, их запросов и пожеланий // Вопросы экскурсионной работы: Труды НИИ культуры. — М., 1973. — № 10. — С. 212—228.

Подробная детализация позиции «образование» становится нормой для исследований 1970—1980-х годов, когда декларируется тезис, что «важнейшим фактором, определяющим уровень восприятия, является образовательный статус населения»³ и более всего отношение к экспозициям и культурно-образовательным программам зависит от образования людей. Музей хочет видеть в посетителе *образованного, подготовленного к восприятию музейной информации человека*. Он с удовлетворением отмечает, что в эти годы специалисты с высшим образованием составляют почти половину аудитории музеев-заповедников (41, 3 %) и художественных музеев (не менее 60 %), но сожалеет, что в краеведческих их доля значительно меньше (23, 5 %). Привлечение в музей людей с высшим образованием, повышение образовательного уровня аудитории рассматривается как стимул развития самого музея: «существующая форма музейной деятельности и прежде всего музейные экспозиции рассчитаны в основном на людей со средним образованием... Такая ориентация сложилась исторически и отражает определенный этап культурной революции. Вместе с тем нельзя останавливаться на достигнутом»⁴.

Такая деталь, как высокий уровень образования, характерна и для портрета современного посетителя музея. Так, например, люди с высшим образованием составляют ныне 64 % аудитории ГИМа.

С самого начала проведения исследований в 1920—1930-х годах аудитория делится на *мужчин* и *женщин*. И конечно, музей не мог не заметить, что наиболее сильную позицию в культуре занимает «слабый» пол. «Почти во всех конкретных исследованиях зафиксирована большая, чем у мужчин, активность женщин в разных сферах художественной жизни»⁵. Женщины заметно преобладают в аудитории музеев почти всех профильных групп (за исключением краеведческих, где мужчин в 1970-е было больше почти на 10 %); женщина-путешественница, «ориентированная на активный, организованный отдых», лидирует (более 60 %) в аудитории музея-заповедника. Женщина — серьезная составляющая аудитории, что, однако, не побуждает музей и до сих пор подвергать свои экспозиции и программы гендерному анализу. Но постепенно приходит осознание, что *женщина участвует в формировании аудитории не только фактом своего посещения*, но и потому, что именно она, мать и бабушка, воспитательница детского сада и учительница, *чаще всего приводит в му-*

³ Равикович Д.А. Аудитория музеев-заповедников // Актуальные проблемы музейного строительства (Музей и посетитель): Труды НИИ культуры. — М., 1981. — № 101. — С. 9.

⁴ Пищулин Ю.П., Равикович Д.А. О социально-демографическом составе посетителей краеведческого музея // Музей и посетитель: Труды НИИ культуры. — М., 1976. — № 43. — Вып. 2. — С. 15.

⁵ Человек в мире художественной культуры. Приобщение к искусству: процесс и управление. — М., 1982. — С. 143.

зей детей. Такое отношение к женщине складывается по мере того, как музей более пристально начинает вглядываться в детскую аудиторию.

Вообще музей привык общаться преимущественно с молодым посетителем. Так, например, по данным исследования «Музей и посетитель» 1970—1980-х годов люди в возрасте 14—29 лет составляли в 71 % аудитории краеведческих музеев и 50, 9 % музеев-заповедников. Сейчас наблюдается тенденция к тому, что в музей начинает приходить преимущественно «стар и млад». С середины 1990-х, как свидетельствуют исследования, проведенные в четырех крупнейших музеях Москвы и Санкт-Петербурга (ГМИИ им. А.С. Пушкина, Третьяковская галерея, Музеи Московского Кремля, Русский музей), «увеличивается доля наиболее молодых и наиболее пожилых за счет уменьшения посетителей средних возрастов»⁶.

Несмотря на то что «млад» всегда играл значительную роль в формировании аудитории, исследования 1920—1930-х и даже 1970—1980-х годов, выясняя *возраст* посетителей, практически игнорировали ребенка: *детей дошкольного и младшего школьного возраста, младших подростков*, — хотя именно они чаще всего инициируют посещение музея взрослыми. Опросы главным образом ориентированы были на посетителей начиная с 14 лет. Такая невосприимчивость к ребенку при очевидной роли этих посетителей в реальной жизни — следствие господствующей установки, согласно которой дети младшего возраста не готовы к восприятию музея. Как известно, эта линия последовательно проводилась зарубежными и отечественными классиками музейной педагогики, включая таких авторитетов, как А. Лихтварк, Н.Н. Романов, Ф.И. Шмит. Последний утверждал, «что история искусства существует не для малолетних»⁷. Не «для малолетних» были (да и остаются) также иные «истории», получавшие отражение в наших музеях.

Долгое время ребенок оставался незамечаемым и нежелательным посетителем. Работа с этой аудиторией не велась вовсе или носила эпизодический характер, хотя тяга детей младшего возраста к музею была большая и существовала всегда⁸. Однако с начала проведения социологических исследований в 1970-е годы в опросах потихоньку начинает звучать «детская тема». Например, в анкету Политехнического музея

⁶ Козиев В.Н. Школьники и студенты в художественном музее: вчера, сегодня, завтра // Международная акция — «Русскому музею — 100 лет». Научно-практическая конференция «Художественный музей в образовательном процессе»: Тезисы выступлений. — СПб, 1998. — С. 49.

⁷ Шмит Ф.И. Искусство как предмет обучения. — Харьков, 1923. — С. 48.

⁸ По свидетельству В. Кордес, анализировавшей работу музея 1930-х годов в дни каникул, «все музеи отмечают огромный наплыв детворы именно младших классов. Малыши проникали незваными на все массовки и зачастую на них составляли значительное большинство, чем приводили в смущение лекторов, не рассчитывавших на столь юную аудиторию». См.: Кордес В. Работа музеев с детьми // Советский музей. — 1937. — № 6—7. — С. 38.

1970 года включаются следующие варианты ответов о цели посещения музея: «пришел познакомить своего сына (дочь, внука, внучку) с различными отраслями промышленности»; «пришел по просьбе сына (дочери, внука, внучки)»; «надо было пойти куда-нибудь с ребенком».

Ребенок становится гораздо более заметной личностью с начала 1990-х годов, когда, с одной стороны, в полной мере обозначается так называемое «детское направление», а с другой — происходит ориентация на местное население. Музей перестраивает свою деятельность в расчете на юную (подчас очень юную — дошкольники) аудиторию, а потому начинает ею чрезвычайно интересоваться. Разворачиваются специальные исследования под заголовком «Музей и дети», «Музеи и семья», самое первое из которых было проведено НИИ культуры и получило отражение в книге «Ребенок в музее» (1993). Благодаря анкетированию семейных посетителей было выявлено, что большинство детей 1990-х (около 65 %) начинали посещать музей еще в дошкольном возрасте, заметно опережая в этом отношении своих родителей, которые в большинстве своем (87 %) впервые пришли в музей школьниками 10—14 лет. Опрос семейной аудитории в рамках этого исследования показал также, что мотив «в музей ради ребенка» оказался ведущим для многих посетителей: только 20 % опрошенных в музеях России родителей отметили, что бывают в музеях без детей. Это значит, что музей становился все более и более «детским» и «семейным».

Музей не только заметил это, но и проявил готовность быть полезным семьям в решении их жизненных проблем. Так, в своих современных исследованиях все тот же Политехнический музей, выявив путем опросов, что более трети (35 %) его аудитории составляют неполные семьи (мамы с сыновьями, бабушки и дедушки с внуками), понял, что он может помочь этим посетителям, компенсировав роль отца, мужчины, который призван приобщить ребенка к технике⁹. Этим он и руководствовался, составляя программу «Семья в музее». А в исследовании «Музей и дети» (Российский институт культурологии) к семейному посетителю, в основном к мамам, был обращен ряд вопросов, которые побуждали взрослого повнимательнее присмотреться к интересам и занятиям ребенка, поговорить с ним после посещения музея и, возможно, задуматься, а зачем же он нужен детям: «Есть ли у вашего ребенка вещи, предметы, которые он самостоятельно хранит, любит перебирать, показывает другим людям?», «Отражается ли обычно посещение музеев в играх, занятиях, поведении вашего ребенка, если да, то как?», «Вспомните, пожалуйста,

⁹ Терехова С.М., Белицкая Е.М. Образовательные программы Политехнического музея // Культурно-образовательная деятельность музеев: Сборник трудов творческой лаборатории «Музейная педагогика» / Сост. И.М. Коссова. — М., 1997. — Вып. 1. — С. 102—103.

свое самое яркое впечатление от посещения музея в детстве. Расскажите, что вам запомнилось, где, когда это было».

Итак, в 1990-е годы благодаря родителям (мамам), учителям (воспитательницам и учительницам) и, конечно, музейным педагогам (тоже в основном женщинам) музейная аудитория стала стремительно молодеть. Но теперь музеи, для которых ребенок младшего возраста стал не только *привычным*, но и одним из самых *любимых* посетителей (специальные программы стали разрабатываться даже для тех, кто не умеет ходить)¹⁰, вглядываясь в свою аудиторию и опрашивая ее, мучимы предчувствием, что могут потерять этого клиента. Особенно озабочены сотрудники художественных музеев. «Если в семье снижается... интерес к художественной культуре», если учителя оказывают чаще всего отрицательное влияние на художественные ориентации школьников, «поскольку большинство учителей обладают скудным художественным опытом, упрощенным художественным восприятием и банальными художественными установками»¹¹, то кто приведет ребенка в музей завтра? Ответ напрашивается сам собой: никто. Если разделить эту пессимистическую позицию — хотя поверить в это пока очень трудно! — то следует ожидать, что аудитория музея, сначала резко помолодев, скоро начнет понемногу стареть, поскольку его основным потребителем будет лишь ранее «приобщенный». Тогда в фокусе объектива окажется человек «третьего возраста», который ныне также незамечаем, как раньше, — ребенок.

В опросах музей непременно обращается к градации *приезжие/местные*. *Приезжие*, главным образом «*посетители одного раза*», которых музей к тому же получает без особого труда, воспринимаются в 1970—1980-е как *ресурс расширения и обновления аудитории*, как источник, который представляется неисчерпаемым. Преобладание приезжих в аудитории этого периода (по данным исследования «Музей и посетитель», в краеведческих музеях они составляют 56,8 %, в музеях-заповедниках — 83,3 %) на фоне постоянного увеличения числа туристов и экскурсантов давало основание считать, что соотношение местных и приезжих «изменится в сторону определенного увеличения количества приезжих»¹². Однако жизнь внесла коррективы. Как известно, на рубеже веков значительно сокращается доля туристических потоков, и даже в музеях, которые буквально атаквались приезжими, теперь преобладают местные. Например, ГИМ по параметрам *местный/приезжий* концу XX века

¹⁰ Пример тому — программа Дарвинского музея «Художники в памперсах». См.: Бобровская Н.Е. Я хожу в музей с пленок... // Музей для всех: Сборник трудов творческой лаборатории «Музейная педагогика» / Сост. И.М. Коссова. — М., 2003. — Вып. 4. — С. 81—87.

¹¹ Козиев В.Н. Указ. соч. С. 51.

¹² Пищулин Ю.П., Равикович Д.А. Указ. соч. С. 8.

вышел на показатели конца XIX века, когда индустрия туризма отсутствовала: 50 % посетители музея — москвичи, 35 % приезжие из городов Центральной России, 1, 2 % — жители юга Европейской части, 0,3 % — Урала и Сибири¹³. Следствием всех этих процессов стало то, что музей начинает еще с большим вниманием относиться к местному жителю, преимущественно ему задавая свои вопросы.

Среди *местных* выделяются «первые посетители» (те, кто пришли в музей в первый раз), а также «постоянные» или «повторные». К увеличению последних и стремится музей, поскольку они воспринимаются как его опора, костяк аудитории, как своеобразные «посетители влияния». Но за них нужно бороться, вырабатывая все более совершенные механизмы их «приобщения» к музею. Поэтому с начала 1980-х годов в социологические исследования вводится процедура опроса местных жителей, которые в своей совокупности рассматриваются как социальная среда, жизненно необходимая для развития музея. Опросы проводятся главным образом по месту работы или учебы людей¹⁴. Исследования ориентированы на выявление специфических запросов местного населения, среди которых выделяются *реальные* и *потенциальные* посетители. По отношению к последним наиболее актуальными остаются вопросы, которые самому музею позволяют ответить на главный для него: *почему они не пришли?*¹⁵

В опросах местного посетителя, которые разделяют 20 и более лет, заметно прослеживается следующая тенденция. Первоначально местный житель воспринимался в основном как «потребитель музейной информации», который *воздействует* на музей «через всевозможные формы общественных и личных контактов, *формирует* тематику экскурсий, лекций, выставок, праздников»¹⁶, а также *стимулирует* экспозиционную деятельность, использование фондов (выставки)... создает наилучшую возможность «обратной связи»¹⁷. Иными словами, его просили сосредоточиться на проблемах музейной деятельности, встав в позицию эксперта-дилетанта по музейно-выставочному делу. Позднее, как отмечают сами

¹³ Мальцева Н.А. Социологические исследования в ГИМ в XX в. (Исторический обзор) // Забелинские научные чтения — Год 2001-й. Исторический музей — энциклопедия отечественной истории и культуры: Труды ГИМ. — М., 2002. — Вып. 134. — С. 338.

¹⁴ Впервые процедура опроса местных жителей проводилась на базе музеев-заповедников в рамках исследования «Музей и посетитель». См: Гуральник Ю.У. Музей-заповедник и местный житель // Актуальные проблемы музейного строительства (Музей и посетитель): Труды НИИ культуры. — С. 75—83.

¹⁵ Например, в анкете «Музей в Вашей жизни (вопросы жителю большого города)» (1986) они формулируются так: «Если в течение года Вы не были в музее, то могли бы сказать почему?», «Важно знать, удовлетворены ли в целом организацией музейного дела в вашем городе — количеством и работой музеев, выставок?», «Как Вы считаете, что надо сделать для улучшения музейно-выставочного дела в нашей стране».

¹⁶ Гуральник Ю.У. Указ. соч. С. 78.

¹⁷ Равикович Д.А. Указ. соч. С. 13.

исследователи, «был сделан шаг «за границы» самого института музея, предложен и осуществлен выход на проблематику более высокого порядка»¹⁸. Так это сформулировали авторы «Концепции развития Таймырского окружного музея», поставившие задачу, апеллируя к местному жителю, обозначить неоднородный и противоречивый социокультурный фон, на котором должна была реализовываться будущая концепция. У местных жителей (мигрантов и тех, кто прожил на Таймыре более 10 лет) выясняли, что знают они о коренном населении, проявляют ли интерес к их жизни, культуре и обычаям, ощущают ли влияние культуры коренных народов, воспринимают ли культурную среду, в которой живут, как «свою». Незнание и преимущественно негативная оценка жизни и культуры народов Севера со стороны респондентов-некоренных жителей обозначили рост конфронтационных настроений и в плане взаимоотношений проживающих здесь народов, и в плане конфликта некоренного населения с новой для них средой обитания. Этот контекст во многом определил содержание концепции развития музея, обозначив одновременно, что роль местных жителей далеко не ограничивается их влиянием на формирование тематики экскурсий, лекций, выставок и праздников. На посетителя взглянули как на *эксперта* в области социальных отношений и одновременно — как на *человека*, который считает, что музей может *помочь лично ему*, например, выполнив роль механизма его адаптации к окружающей действительности. Все это — свидетельство повышение престижа местного жителя в глазах музея.

Человек в роли и просто человек

Музейный посетитель (зритель, клиент) — это уже социальная роль, но она может дробиться и конкретизироваться. Разные роли в музее играет «экскурсант» и «индивидуальный посетитель», а следовательно, и по-разному им воспринимается.

Экскурсант — человек в группе, преимущественно *одноразовый* посетитель, который *приведен* в музей и *связан* программой. Это во многом подневольный посетитель, который лишен права выбора: что смотреть, что слушать, с кем из музейных сотрудников общаться. Иногда это *турист-путешественник*, но чаще — школьник. (Например, в Историческом музее школьники составляют 79 % , а в Русском музее 80 % экскурсионных групп, причем в последнем — на одного постоянно посещающего музей приходится семь впервые пришедших¹⁹).

¹⁸ Концепция развития Таймырского окружного музея. Авторский коллектив / Под. ред. Н.А. Никишина и В.Ю. Дукельского. — М.-Дудинка, 1993. — С. 5.

¹⁹ Козиев В.Н. Указ. соч. С. 50.

Опрашиваемый экскурсант рассматривается как эксперт в области экскурсионной деятельности. Обычно музей интересуется, прежде всего, насколько удовлетворен экскурсант экскурсией («Понравилась ли Вам сегодня экскурсия по музею?»), часто одновременно задавая ему корректирующий вопрос-ловушку: «Как Вы предпочитаете осматривать музей, самостоятельно или с экскурсоводом?» — а также более детальные экспертные вопросы («Попробуйте дать оценку работе экскурсовода», «Есть ли у Вас конкретные предложения по проведению и организации экскурсии» и др.). Однако стремление не только получать комплименты (большинство посетителей «предпочитают» и «удовлетворены», хотя чрезвычайно неохотно дают конкретные оценки и предложения), но и не потерять главного объекта экскурсионной деятельности — человека с его индивидуальными потребностями и интересами заставило, например, музей-заповедник «Московский Кремль» обратиться к взрослому посетителю с нестандартным вопросом: «Сегодня в ряде зарубежных музеев начинает активно развиваться индивидуальное экскурсионное обслуживание, когда самостоятельно можно выбрать план осмотра музея, его экспозиций, фондовых коллекций. При каких условиях Вы прибегнули бы к такой форме экскурсионного обслуживания?» Оказалось, что только треть клиентов сначала поинтересуется ценой такой экскурсии, «обращенной к тебе лично», а отношение большинства будет зависеть от ее качества и возможности «выбирать экскурсовода по собственному усмотрению»²⁰. Это уже совершенно другая позиция в отношениях музея и экскурсанта, за которым признается право выбора.

Индивидуальный посетитель — заведомо человек более активный и свободный, еще в большей степени ориентированный на то, что музей станет для него местом отдыха и общения. Именно он чаще всего становится *выставочным посетителем* — особая категория в структуре аудитории, — который предстает перед музеем в своем образе.

Для *выставочного посетителя* характерны высокий образовательный статус, инженерная или гуманитарная специальность, серьезный опыт посещения выставок в этом или другом музее, наличие спутников. Так выглядит, например, по данным социологических исследований, портрет выставочной аудитории Русского музея: «Если рассматривать три типа выставок — 19 века, рубежа веков и русского авангарда, то обнаруживается вполне определенная закономерность: чем более современной является выставка, тем выше уровень образования публики, тем больше на ней на-

²⁰ Гуральник Ю.У., Миронова Е.Н. Экскурсионная деятельность оружейной палаты как предмет социологического исследования // Музей. Образование. Культура. Процессы интеграции: Сб. тр. творческой лаборатории «Музейная педагогика» кафедры музейного дела / Сост. И.М. Коссова. — М., 1999. — Вып. 2. — С. 60.

учных сотрудников, преподавателей вузов, художников, молодежи до 30 лет и тем меньше школьников»²¹. А посетитель выставок ГИМа — это обычно москвич (82 %) в возрасте 45—60 лет (60 %), с высшим образованием (73 %) ²². Особенность этой аудитории и в том, что только половина ее является аудиторией постоянной экспозиции музея: *выставочный посетитель* верен выставке. Он к тому же лучше следит за рекламой и более эффективно использует неформальные каналы информации. Однако правильнее было бы употребить не «он», а «она», ибо среди посетителей выставки преобладают женщины, причем среди последних «специфическая публика» — молодые женщины, ориентированные на более современное искусство²³.

Независимо от того, в роли экскурсанта или индивидуального посетителя человек придет в музей, на постоянную или временную экспозицию, он обретет еще и роль *ученика музейной школы*. Конечно, в большей мере это относится к самой представительной и наиболее стабильной части аудитории — учащимся, большинство которых посещают музей по учебной программе. Но и не только к ним. Каждый, кто приходит в музей «получить информацию», «познакомиться», «узнать», а также «показать музей ребенку», «провести свободное время с друзьями», «посмотреть музей и его экспозиции» и «просто так», оказывается в роли такого ученика. При этом, задавая свои вопросы и наблюдая за поведением посетителя, музей почти всегда видит в нем «нерадивого ученика». Тот далеко не всегда старается разобраться в логике маршрута, часто стремится за 1—1,5 часа осмотреть весь музей, предпочитая такую линию поведения избирательному осмотру, воспринимает экспозицию не на уровне заложенных в ней идей (как хотят того экспозиционеры), а на уровне конкретных экспонатов, многие из них, осматривая бегло (не более 40 секунд) или вовсе игнорируя (особенно после 30—45 минут пребывания в музее), редко обращаются к текстовому комментарию и не могут назвать более 2—3 запомнившихся экспонатов (в лучшем случае!). Подобная ситуация — конечно, она представлена упрощенно, без поправки на индивидуальные различия — не знает ни пространственных, ни временных границ. Так же описывают ее наши зарубежные коллеги²⁴, такой зафиксировали

²¹ Козиев В.Н. Указ. соч. С. 53

²² Мальцева Н.А. Социологические исследования в ГИМ в XX в. (Исторический обзор) // Забелинские научные чтения-2001. Исторический музей — энциклопедия отечественной истории и культуры / Отв. ред. В.Л. Егоров. — М., 2002. — С. 338.

²³ Стародубцев С.П. Посетители выставок «Искусство Венеции» и «Французская живопись конца XIX начала XX веков» // Тезисы докладов научной сессии, посвященной итогам работы ГМИИ им. А.С. Пушкина за 1988 год. — М., 1989. — С. 65—69.

²⁴ См. например: Майлз Р. Наш посетитель: кто он и каковы его потребности // Музеи. Маркетинг. Менеджмент. — М., 2001. — С. 143—144.

исследователи публики Третьяковской галереи²⁵, а также Исторического музея в 1920—1930-е годы²⁶. Однако музей весьма снисходительно относится к своему «нерадивому ученику», как правило, упрекая самого себя в методических просчетах. Он осознает, что на своем «уроке» не учел в полной мере закономерностей восприятия и понимания музейной информации. Музей озабочен, и потому он стремится:

- Узнать, насколько он нужен и интересен своей аудитории, надеясь, конечно, получить заверения если не в любви, то в симпатии: «Любите ли Вы бывать в музеях», «Были ли Вы в каком-нибудь музее за последний год? Если были, то сколько раз?», «В каком городе Вы были в музее в последний раз?», «Какие музеи интересуют Вас больше других?», «Приходилось ли Вам бывать в этом музее?»
- Выявить интересы и тематические предпочтения публики, чтобы не обмануть ее ожиданий: «Какие разделы экспозиции нашего музея Вы сегодня посмотрели?», «Какой раздел экспозиции понравился Вам больше всего?», «Какой из представленных на выставке экспонатов показался наиболее интересным и произвел наибольшее впечатление?», «Появилось ли у Вас желание получить дополнительную информацию о предметах, исторических событиях, представленных в музее?».
- Определить, способен ли текстовой комментарий помочь посетителю расшифровать экспозицию, а может, иначе: способен ли человек разобраться в этих пояснениях: «Понятны ли надписи к коллекциям и охотно ли они читаются?», «Удовлетворяет ли Вас информация об отдельных экспонатах (коллекциях), которая дается в кратких пояснениях (этикетках) к ним?», «Удовлетворены ли Вы содержанием и размещением пояснений к экспонатам?».
- Выяснить, нуждается ли человек в помощнике в своем одиноком путешествии по музею: «Возникла ли у Вас потребность: участвовать в экскурсии, получить консультацию у научного сотрудника, прослушать радиоинформацию?», «Нужен ли Вам для осмотра рассказ экскурсовода или помощь консультанта?».

²⁵ «Собранный материал показал, что посетители Третьяковской галереи осматривают ее бессистемно, 21 % от числа посетителей осматривал галерею с конца (с 26 зала), и лишь 45 %, то есть меньше половины, осматривали экспозицию по порядку. На осмотр 23 залов галереи с полутора тысячами картин (без рисунков и картин) зрители затрачивают в среднем около полутора часов». (Розенталь Л.В. Циркуляция публики по галерее // Изучение музейного зрителя. — М., 1928. — С. 70.)

²⁶ «По планам и маршрутам к залам из 2000 наблюдаемых шли только 2 %, остальные осмотр зала начинали с противоположной стороны, ориентировочные указатели и плакаты оказались бессильны «повернуть волну движения»... общий процесс восприятия движется по поверхности, не охватывается взаимосвязь явлений». (Мальцева Н.А. Указ. соч. С. 334.)

Но главное, с помощью чего музей надеется понять, насколько удачен был его урок, — это вопрос о том, *что именно и сколько* запоминают посетители: «Запомнились ли Вам какие-нибудь отдельные (конкретные) экспонаты или коллекции?», «Что из увиденного Вас заинтересовало и запомнилось?», «Нам хотелось бы попросить Вас назвать 3—4 экспоната, на которые Вы обратили особое внимание», «Какой экспонат ты запомнил и что тебе понравилось?» и т.д.

Эти и подобные вопросы с упором на информативную составляющую экспозиции музей постоянно задает своей аудитории, апеллируя преимущественно к *человеку познающему*, который призван сюда, чтобы *узнать, понять и запомнить*. Весьма вероятно, что само содержание и формулировка вопросов провоцирует посетителя проявлять себя преимущественно в этом качестве. Человек хочет соответствовать ожиданиям того, кто задает вопрос, тем негласным требованиям, которые предъявляет к нему музей как «памятная книга человечества», которая, как всем известно, «источник знаний». Но иногда посетитель расслабляется и забывает об этом своем долге перед музеем. Вот подтверждающий это пример.

Посетителям Центра музейных инициатив «Кунцево» во время проведения исследования (1996) была предложена анкета с вопросом «Что Вы ждете от посещения музей?». Подавляющее большинство ответили: интересную информацию об истории края. По окончании экскурсии на вопрос: «Что Вы получили, посетив наш музей?» — те же люди писали: соприкоснулись с прошлым, вспомнили детство, ощутили гордость и пр., и всего несколько ответов: «получили новую информацию»²⁷. Такой результат — успех музея, который заставил забыть о необходимости приобретать информацию и отдаться естественным человеческим чувствам и переживанием.

Установка на получение информации (причем не визуальной, а вербальной) наиболее сильна у экскурсантов, которые в большинстве своем настроены не столько *смотреть*, сколько *слушать*, а при оценке работы экскурсовода, как правило, напишут в анкете, что он «хорошо рассказывал». Сотрудниками художественных музеев — в основном художественных! — это рассматривается как серьезнейшая проблема их взаимоотношения со своим зрителем.

И здесь мы подходим к главному наблюдению, касающемуся восприятия посетителя музеем, особенно в последние десятилетия. Он хочет видеть в человеке не только клиента, которого нужно *привлечь*, ожидания

²⁷ Кутя В.В. Взрослые в музее // Культурно-образовательная деятельность музеев: Сборник трудов творческой лаборатории «Музейная педагогика» / Сост. И.М. Коссова. — М., 1997. — Вып. 1 — С. 106—107.

и интересы которого следует по возможности *удовлетворить*, но и «идеального» посетителя.

Музеи, которые выставляют произведения изобразительного искусства, экспозиция которых приспособлена для созерцания и призвана настраивать на сосредоточенное рассматривание, ценят в своем зрителе главным образом его «визуальную грамотность». Поэтому они проводят исследования, где в основу типологии публики кладется не только критерий информированности (в том числе информированности в области изобразительного искусства, которая остается неизменно низкой), а уровень развития художественного восприятия. Исследователи стремятся провести детальную диагностику нехудожественного, т.е. обыденно-ориентированного типа восприятия, и тогда объектив камеры направляется на *наивного реалиста*, действующего по принципу сличения искусства с жизнью²⁸. Их интересует отличие психологической структуры развитого (профессионального) восприятия от неразвитого, и тогда в объективе оказывается *человек с «воспитанным глазом»*, которого отличает особая чувствительность к форме и цвету. Ему противопоставляется *дилетант*, чьи эстетические оценки основаны на субъективно-эмоциональном отношении к произведению и слабо коррелируются с показателями «чувствительности к форме»²⁹. И «наивный реалист», и «дилетант» не идеальные зрители, хотя музей предпочитает им посетителя с диагнозом «болезнь знаточества». Его любимый зритель — человек с «воспитанным глазом», в которого он мечтает превратить каждого *ученика музейной школы*.

Музеи, которые разворачивают перед аудиторией некую «повесть», мечтают о другом посетителе — человеке, который адекватно бы прочитал обращенное к нему высказывание, сумел разгадать замысел авторов, разделить с ними радость творческих находок. Правда, это еще менее достижимая мечта, ибо, как отмечают музейные социологи, она подразумевает проведение исследований, которые изучали бы *качество сознания* посетителя: «что представляется ему ценным в музее, как он мыслит в музее, что он чувствует и как это связывается с его мировоззрением. Без знания ответов на эти вопросы трудно представить себе картину происходящего в музее с посетителем и, следовательно, предлагать ему способы общения, обращенные к его внутреннему миру»³⁰. Без знания отве-

²⁸ Иевлева Н.В., Потапова М.В. Восприятие искусства и проблемы художественного воспитания // Музей и зритель: Сборник статей Научно-практической конференции художественных музеев РСФСР. — Архангельск, 1990. — С. 17—23.

²⁹ Селиванова Ю.Е. Изучение психологической структуры художественного восприятия на материале живописи // Проблемы оценивания в психологии. — Саратов, 1984. — С 75—79.

³⁰ Гуральник Ю.У. Посетитель в экспозиционном пространстве музея. Социологическая интерпретация проблемы // Музейный сборник. — М., 1997. — № 2. — С. 32.

тов, добавим мы, человек по-прежнему будет строить свой сценарий экспозиции, мало соответствующий тому, который был придуман музейщиками. Попытки изучения качества сознания *человека воспринимающего* и *человека познающего* крайне редки в наших музеях, но все же они делаются. Обратимся к опыту Исторического музея.

В 1920—1930-е годы, когда ГИМ столкнулся с новым посетителем, часто не обладавшим ни музейной эрудицией, ни эрудицией в более широком смысле слова, в своих опросах он делал упор на *понимание* и *доступность* экспозиции. К аудитории он обращал элементарные вопросы типа: «Что осталось для Вас непонятным в музее?» — и даже такой лобовой: «Помог ли Вам музей понять прошлое по-марксистски?»³¹. Прошли десятилетия. Музей начал создавать концептуальные выставки, которые посещают преимущественно люди с высоким образовательным статусом. И тогда разговор музея с человеком изменился существенно.

В 2001 г. ГИМе была открыта выставка-притча «Всему свое время», «ориентированная, на эмоциональное восприятие и глубокие раздумья». А потому опрос строился на новых для музея принципах. Разрабатывая анкету, ее авторы старались побудить публику не *узнать, понять и запомнить*, а преимущественно *выразить себя*. Прежде всего, конечно, выставка, но и анкета провоцировала диалог музея с человеком, который охотно откликнулся, о чем свидетельствовал небывалый (от 73 до 81) процент ответов на открытые вопросы. Музей не только хотел выявить, о чем думают и что чувствуют люди в процессе осмотра («Какие мысли и чувства рождает в Вас эта выставка?», «Соответствует ли вашим ощущениям на рубеже тысячелетия эмоционально-философский настрой выставки?»). Большая их часть вопросов была завязана на проблеме отражения авторского замысла в сознании человека: «Как Вы думаете, что хотели выразить авторы данной выставки?», «По вашему мнению, какое «время»: рождаться, строить, любить, умирать, разрушать, ненавидеть, время миру, время войне — представлено наиболее удачно?», «Отражают ли представленные экспонаты общее понятие «Всему свое время?», «Как Вы думаете, можно ли в Историческом музее создавать выставки-притчи?»³².

Конечно, работа с сознанием человека, с его мыслями, чувствами и ощущениями требует гораздо более тонких методов исследования, нежели анкетный опрос. Здесь достижения на стороне музеев художественного профиля, но главным образом зарубежных специалистов, которые в

³¹ Рафиенко Л.С. Из истории изучения посетителей музеев в 1920—1930-х годах // Вопросы экскурсионной работы: Труды НИИ культуры. — М., 1973. — № 10. — С. 208.

³² См.: Кириллова Д.А. Выставка «Всему свое время ...» глазами посетителей (по результатам социологического обследования) // Забелинские научные чтения-2001. Исторический музей — энциклопедия отечественной истории и культуры / Отв. ред. В.Л. Егоров. — М., 2002. — С. 318—330.

своих проектах вообще больше ориентированы на публику, считая, что «нельзя позволить себе быть скучными или безразличными, нельзя ошибиться в определении целей и ожиданий посетителей»³³. Например, в канадских музеях применяется многоуровневая структура исследований по *оцениванию* воздействия музея на аудиторию. Эта методика позволяет, в частности, следить за реакцией человека на всех этапах создания экспозиции³⁴.

Если музей думает о человеке и его потребностях, он не может не заметить, что значительная доля людей приходит в музей просто отдохнуть. Впервые о *человеке отдыхающем* достаточно робко было заявлено в 1970-е годы, в том числе в исследовании «Музей и посетитель» (1973—1987). Предложив посетителям краеведческого музея вопрос: «Какие особые знания и впечатления Вы получили в нашем музее по сравнению с книгами, фильмами, передачами по радио и телевидению?» и получив ответы, свидетельствующие, что для подавляющего большинства музей стал преимущественно источником *новых знаний* (89,8 % суждений), *имеющихся знаний* (18,2), *конкретных знаний* (4,6 %), исследователи обратили внимание и на посетителей, связавших специфику музея преимущественно с *впечатлениями* — с эмоциональной разрядкой и отдыхом. Они с сожалением констатировали, что эта сторона отразилась в мнениях посетителей невысоким количеством показателей (9,5 % суждений), но сделали вывод, что «новой в социальном заказе, предъявляемом сегодня к краеведческому музею, является функция организации свободного времени» и «перспективы развития этой функции весьма благоприятны»³⁵. В течение последующих трех десятилетий место *человека отдыхающего* в музее стало обозначаться все более и более определенно.

Поэтому в анкетах появились вопросы о месте музея в структуре досуга населения: «Скажите, пожалуйста, как Вы чаще всего проводите свободное от работы и домашних дел время», «Какие виды проведения досуга в выходные дни являются для Вас самыми характерными?», «Сегодня, выходя с ребенком из дома, Вы планировали: погулять — посещение музея не входило в ваши планы; посетить только этот музей; этот музей и

³³ Посетители // Museum. — 1994. — № 4. — С. 27.

³⁴ Сначала (*предварительное оценивание*) собирается информация о потенциальной аудитории, а также задачах и целях будущей экспозиции, затем (*формативное оценивание*) анализируются реакции на первоначальный замысел, а вслед за этим (*суммативное оценивание*) — на уже созданную экспозицию, после чего (*исправляющее оценивание*) в экспозицию вносятся коррективы. Причем, как отмечают канадские специалисты, постепенно акцент был перенесен с суммативного оценивания существующих экспозиций на предварительный анализ и формативное оценивание на ранних стадиях подготовки экспозиции. Это означает, что был усилен этап принятия предварительных решений. — См. там же. С. 22.

³⁵ Равикович Д.А. Социальные функции краеведческого музея // Музей и посетитель. Вопросы социологического исследования в области музееведения: Труды НИИ культуры. — М., 1978. — № 65. — С. 22.

другие учреждения культуры?» и пр. Музей стал интересоваться, включен ли он в сферу общения людей — семейного, дружеского, романтического, профессионального, спрашивая: «С кем Вы предпочитаете ходить в музей?», «Скажите, пожалуйста, с кем Вы пришли сегодня в музей?», «Сколько детей приехали с Вами?» и т.д. Он убедился, что привлекателен для человека не только как место символической «встречи» с искусством или историей, но просто встречи, не только как способ «диалога» с прошлым, но и с близкими людьми.

Музей стал осознавать, что для человека *отдыхающего* первостепенное значение имеет возможность отключения от повседневности или, как формулировал это знаменитый экскурсионист прошлого Б.Е. Райков, выхода «из ограниченной фулярной обстановки, будет ли это фуляр школы или фуляр обиденных профессиональных интересов»³⁶. Здесь он попадает в другой мир, сам становясь «другим», иначе общаясь с детьми, друзьями, любимыми или коллегами. Такого посетителя не нужно «давить» информацией — лучше дать ему возможность погрузиться в особую «музейную атмосферу», услышать «музейную тишину». По отношению к нему едва ли уместен вопрос, *что именно и сколько* он запомнил. Гораздо важнее выяснить, насколько комфортно он чувствует себя в музее, например, участливо спросив: «Какие трудности возникли у Вас как у родителя-экскурсовода при показе музея ребенку?», «Были ли достаточно доброжелательны и внимательны к Вам работники музея, с которыми Вы здесь встретились?», «Есть ли у Вас замечания или предложения по работе вспомогательных служб нашего музея (гардероб, смотрители и т.д.?)» и даже привычный вопрос об этикетеже сформулировав так, как сделал это ГИМ: «Удобно ли Вам, что этикетаж (пояснения к экспонатам) выдаются в виде книжек, а не представлены в витринах?». Подобные вопросы стали задаваться, да и то редко, только в последнее десятилетие, что все же является знаком движения музея навстречу человеку и стремления не столько обучать его, но и позаботиться о нем. Это свидетельствует о более уважительном отношении к человеку. Подобное чувство музей проявляет и тогда, когда видит в посетителе *эксперта*.

Любой вопрос, предполагающий оценку посетителем деятельности музея в целом, например: «Соответствует ли существующий в городе музей Вашим представлением об идеальном музее?» (Таймырский окружной краеведческий музей), «Как можно было бы улучшить работу музея и условия его работы с посетителями?» (Музей Мирового океана), «Что бы Вы могли посоветовать, чтобы наш музей был для Вас более интересным и Вам хотелось приходить сюда почаще» (Тольяттинский краеведческий музей), а также различных ее сторон: «Как Вы оцениваете экспозицию того

³⁶ Райков Б.Е. Методика и техника ведения экскурсий. — Пг., 1922. — С. 95.

отдела (раздела), который непосредственно связан с Вашими профессиональными или личными интересами?» (Политехнический музей), «Попробуйте дать оценку работе экскурсовода, который провел Вас по Оружейной палате» (музей-заповедник «Московский Кремль»), — провоцирует человека занять позицию *эксперта*, причем *эксперта-дилетанта*, поскольку посетитель не обязан разбираться в тонкостях экспозиционной или экскурсионной работы. Но одновременно он *эксперт-клиент*, в расчете на которого музей и работает, а потому настойчиво задает экспертные вопросы реальному посетителю и потенциальному, взрослому и ребенку. Так, в процессе создания Детского музея в Ноябрьске у юных посетителей (в музее) и школьников (в классе) спрашивали: «Каким, на твой взгляд, должен быть Детский музей. Что ты хотел бы в нем увидеть, чем заниматься, в чем участвовать?» Разработчики концепции не хотели создавать музей, который отразил бы лишь их собственное, взрослое, представление о том, что нужно ребенку (как это, увы, в основном и случается).

Однако, к сожалению, информативность экспертных вопросов небольшая. *Эксперт-дилетант*, что вполне объяснимо, склонен «уходить» от ответа. В ответ на экспертные вопросы люди часто отделяются комплиментами или общими словами, среди которых наиболее часто, к сожалению, встречается дежурное слово «больше»: информации, материалов, разделов, экспонатов. Поэтому выигрывает тот музей, который сможет доказать своему *эксперту* важность его личного мнения для принятия принципиального решения, придаст экспертизе общественный резонанс, сделает человека персонажем «экспертного события».

Подобное отношение к своей аудитории продемонстрировал музей-заповедник «Царицыно», сумевший пробудить активность людей и вовлечь их в решение судьбы уникального памятника — Большого дворца, построенного по проекту М.Ф. Казакова. Посетителям предлагалась экспертиза в двух актах. Сначала перед публикой было разыграно действие под названием «Аукцион проектов с прологом и эпилогом во вкусе XVIII века», который выявил, какой из проектов (восстановление дворца, консервация, приспособление под коммерческий объект) вызывает наибольшую симпатию публики. Результаты аукциона получили освещение в СМИ. Затем было проведено широкомасштабное анкетирование, в процессе которого респонденты, в большинстве своем уже знавшие о сути происходящего, отвечали только на один вопрос: «Каким Вы видите будущее Большого дворца в Царицыне?»³⁷. Так музей не только выявил общественное мнение, но сумел заручиться поддержкой своих *экспертов*.

³⁷ См.: Докучаева О.В., Фролова И.Н. Судьба и будущее Большого дворца в Царицыне. Выявление и формирование общественного мнения // Музей и его партнеры: Сборник трудов творческой лаборатории «Музейная педагогика» кафедры музейного дела / Сост. И.М. Коссова. — М., 2004. — Вып. 5. — С. 104—108.

Если роль *эксперта* посетитель играет достаточно давно, по существу, с начала проведения опросов, то роль *партнера* является для него новой. Она стала формироваться, по мере того как в нашу музейную действительность начали входить понятия «совет содействия», «друзья музея», «волонтеры». Музей увидел в человеке того, кто может оказать ему реальную помощь, а потому людей стали спрашивать о том, готовы ли они к сотрудничеству. По этому пути пошел Ярославский музей-заповедник, который в рамках создания в городе Детского музея провел опрос среди потенциальных посетителей — детей и взрослых, включив в анкеты вопрос о формах участия будущих посетителей в его создании и работе. Исследование обнаружило привлекательность идеи подобного музея для горожан, а также их готовность поддержать ее самым активным образом, становясь друзьями музея, участвуя в его проектах и «делая все, о чем их попросят»³⁸. Опрос позволил взглянуть на людей не только как на традиционных «посетителей», но и увидеть в них единомышленников и помощников. А это уже совершенно другой ракурс восприятия человека.

* * *

Подведем итоги, выделив основные составляющие динамики образа посетителя в восприятии музея. Итак:

1. Образ человека в музее, первоначально воспринимавшегося как «неизвестный посетитель», постепенно приобретает все более четкие черты. От описания *посетителя вообще* на основании общей анкеты музей перешел к более *детальному анализу портрета* аудитории. В кадре оказываются такие группы, как «местный житель» и «приезжий», «семейный посетитель» и «ребенок», «индивидуальный посетитель» и «экскурсант», «выставочный посетитель» (в том числе отдельно «посетитель выставок традиционного или актуального искусства») и «посетитель лектория». Для каждой из групп создается специальный инструментарий, предполагающий общение музея именно с этими людьми, выяснение их особых мнений, интересов, позиций. В этих людях музей готов увидеть не только пассивных «потребителей» музейной информации или «учеников музейной школы». Усиливается их позиция как экспертов, потенциальных партнеров, друзей музея, которые становятся значимой частью музейной аудитории, переставшей состоять лишь из «посетителей» или «зрителей». Музей чаще задумывается о том, что не только он может улучшить человека (сделать его более эрудированным, духовным,

³⁸ Петровская Ю.В. Социологическое исследование как этап создания Детского музея г. Ярославля. Там же. С. 119—120.

эстетически развитым, социально ответственным и пр.), но и о том, что человек может способствовать улучшению музея, стать фактором его развития.

2. Одним из главных персонажей социологического исследования был и остается «неудовлетворенный посетитель». Вину за эту неудовлетворенность музеев берет преимущественно на себя, вменяя себе в обязанность учитывать его интересы, потребности, ожидания, своеобразие субкультуры региона, где он проживает, а также проявляя готовность к изменению и улучшению различных сторон собственной деятельности. Но постепенно в объективе появляется «дезорientированный посетитель», который оказался один на один со своими личными проблемами, находится во враждебных отношениях с социальной средой. Ответственность перед этим человеком музеев хочет разделить с государством в целом и его органами на местах. (Возможно, именно поэтому столь значительное распространение получили в последнее десятилетие научные концепции развития музеев, непосредственными заказчиками которых становится местная власть.) По отношению и к «неудовлетворенному», и к «дезорientированному» посетителям музеев готов проявить *заботу* — ключевое слово в теории маркетинга, а также музейной педагогики. (К сожалению, часто только в теории.)
3. В 1920—1930 и в 1970—1980 годы основной в отношении аудиторрии была задача *привлечь*:
 - больше людей с высшим образованием в краеведческие музеи;
 - рабочих в музеи-заповедники и в художественные музеи;
 - сельских жителей, которые вообще крайне редко посещают музеи;
 - любого, кто на вопрос анкеты отвечает: «был в музее давно, не помню когда»,

превратив тем самым *потенциальную* аудиторию в *реальную*. Конечно, речь шла преимущественно о создании благоприятных обстоятельств посещения музея различными группами посетителей, о его движении навстречу людям. Но все же эта позиция не лишена формализма: представлялось, что достаточно привлечь, «заполучить» посетителя, чтобы музей улучшил свои показатели. Теперь музеев все реже ставит перед собой эту непосильную задачу. Он склонен задуматься о своей *целевой* аудитории, к которой мог бы обратиться с наибольшим успехом и для себя, и для людей, одновременно мечтая об «идеальном посетителе».

Такие выводы можно сделать, проследив динамику восприятия посетителя музеем с позиции позитивно настроенного «кинооператора».

С. Минина

Музей глазами посетителя

Разочарованный странник...

«Все было как полагается: серый цвет, сон вещества, обезпредметившаяся предметность...» — так пишет в своем фантазмагорическом рассказе «Посещение музея» Владимир Набоков. Непонятно откуда возникающее у героя чувство, что все это он уже где-то видел, недоумение и вопросы, оставшиеся без ответов, очевидная нелепость соседства «пористых окаменелостей» с «китайской вазой», «планом города» и ржавыми инструментами, которые, видимо, оставили неизвестные строители города, побитые молью чучела местной фауны и картины на выкрашенных масляной краской стенах. Этот калейдоскоп осколков прошлого, хоровод чужих снов кружит голову посетителю-герою и заманивает, уводит прочь.

Но что же наш посетитель-герой? Что с ним? Куда увлек его бег времени? Какие мысли пляшут в его голове?

Посетителя в музее охватывает непонятное ощущение остановившегося времени, глубокого сна вещей забытых кем-то в гулкой торжественности музейных залов. Чувство нереальности происходящего создается атмосферой музея, где тишина залов изолирует посетителя от суеты, неприкосновенность выставляемых сокровищ, вырванных из контекста жизни, создает невидимый барьер между посетителем и тем, что его окружает, а множественность смыслов, рождаемых экспозиционным языком, схожим отчасти с языком сновидения, в котором образы лишь отражения или призраки знаков тех идей, проблем, событий, о которых хотел сказать автор, рождает сложности понимания. Сложности перевода во многих музеях решаются при помощи синхрониста-экскурсовода. Отсутствие экскурсовода у многих посетителей музея вызывает острое чувство беспомощности или погружает в апатию; в этом случае авторам музейного образа не удастся пробудить в посетителе то, ради чего был соткан этот образ, и человек уходит в недоумении или, что хуже, в разочаровании.

«...Ясное сознание того, что из музейных дебрей я вышел на волю, опять в настоящую жизнь, это сознание было еще так сильно, что в первые две-три минуты я не испытывал ни удивления, ни страха»¹.

Не зная, что за чувства охватывают выходящего из музейных залов среднестатистического посетителя, набоковский герой испытал глубо-

¹ Набоков Владимир. Собр. соч. в 4 т. — М., 1990. — Т. 4. — С. 353.

кое чувство облегчения. Открываем книгу отзывов, где среди большого количества комплиментов читаем: «К сожалению, мы очень мало знаем о музеях. Все они представляются нам безжизненными залами, которые заполнены непонятными экспонатами»².

То ли еще было?

Музей, который мы знаем, — это детище эпохи Просвещения, основной задачей которого было наполнение «светской» жизни новыми высокими ценностями; появление музеев означало появление у «культы рациональных истин» своих собственных «храмов». На разных этапах своей истории музей пытался последовательно «улучшать нравы» и «образовывать» своих посетителей, «воспитывать» и «наставлять на путь истинный», «удивлять» и «развлекать», «развивать и адаптировать».

В конце XIX века в музей пришли широкие массы, которые, не зная ни «языка искусства», ни «языка музея», не обладая достаточным образовательным уровнем, не могли в таком музее ничего понять. Замечательная иллюстрация этого — карикатура О. Домье: пришедшая в музей семья французского рабочего смотрит на египетский фриз, где изображены боги с человеческими телами и головами собак, петухов, коров. Один из членов семьи произносит: «Да уж, египтяне выглядели не слишком привлекательно».

Именно по этой причине в начале XX века начинается шествие музея в направлении «образовательного учреждения». Предпринимаются первые попытки разработки новой, ориентированной на широкую публику музейной концепции. Все чаще на страницах журналов, например, таких, как «Museumskunde», можно прочитать, что «основная цель музеев и их благороднейшая задача — независимо от того, собирают ли они высокое или прикладное искусство, — состоит сегодня в теснейшем общении с оживляющим потоком публики. Они должны служить не узкому кругу, ученым, а народу»³. В результате для подавляющей части малообразованной публики музей становится эрзац-учебником истории, естествознания, литературы, популяризатором искусства, а для государства — инструментом идеологии.

А что же посетитель, чего он-то хотел, зачем его туда заносило? Может быть, это знает школьник, прогуливающий уроки в музее изобразительных искусств, или влюбленная парочка, спасающаяся от промозглого декабрьского ветра в «оранжерейном» воздухе музейных залов, или медленно и чинно прохаживающиеся пенсионеры?

² Л.В. Разливаева. Социологическое изучение аудитории с целью улучшения экскурсионного обслуживания в музее-панораме «Бородино» // Музей для всех: Сборник трудов творческой лаборатории «Музейная педагогика» / Сост. И.М. Коссова. — М., 2003. — Вып. 4. — С. 101.

³ Klauswitz W. 66 Jahre Deutsches Museumsbund. Bonn. 1984., p. 11.

При чем тут качество?

Растет число посетителей в музеях: вот мы уже видим хвосты очередей в музейные кассы и толпы празднующей публики в залах дворцов и в картинных галереях. Музеи продолжают накапливать богатства, которые в результате социально-экономических потрясений во множестве перекочевывают в них из частных собраний. Собранные артефакты, прошлые и настоящие, все, созданное уходящими культурами и накопленное ушедшими поколениями, пластами ложится в музейных фондах и экспозициях. Не хватает времени даже на то, чтобы описать каждый артефакт, и тем более на то, чтобы все это осмыслить и поместить каждый из них в соответствующий культурный контекст.

Увеличивается число музеев, растут их коллекции, улучшаются условия их хранения, растет поток туристов, вот только неизвестно, растет ли «качество посещения». Это понятие ввел Мишель Ван Пратт, профессор музеологии в Музее естественной истории в Париже. В ряде разных музеев он измерял количество времени, которое посетитель проводит, глядя на определенный объект. По мнению Ван Пратта, именно это является критерием качества посещения. Он заметил, что чем больше посетителей в музее, тем меньше времени каждый человек проводит рядом с экспонатом, соответственно — тем ниже «качество посещения». Но является ли пустота в залах гарантией того, что посетителю будет предоставлено высокое «качество посещения»? Маловероятно. Скорее всего, «качество посещения» невозможно измерить в каких-то конкретных условных единицах, это понятие субъективное, даже субъектное: сколько людей, столько и мнений.

Существует ли в головах у современных музейных специалистов модель современного музейного мира, или, возможно, она существует в головах посетителей. Публика в музеях XIX века и века XXI сильно различается. То, что прежде было доступно для понимания только небольшой элитарной группе, теперь становится пищей для ума многих миллионов. Тиражирование произведений искусств, начавшееся в конце XIV века, когда появился эстамп, и продолжающееся по сей день на страницах огромного количества глянцевого журналов и веб-сайтов, бесконечный поток разнообразной рекламы, наполненной фрагментами художественных произведений, ставшее для многих почти ритуальным действием участие в игре под названием «культурный туризм» — все эти способы приобщения к культуре формируют совершенно иного, чем, скажем, полвека назад посетителя. Сегодня публика в музеях стала иной: более образованной, эрудированной и демократичной. Она приходит в музей (если приходит) не в качестве «*tabula rasa*», который надо заполнить,

а скорее как носитель некоего, может быть, не вполне осознанного знания, которое человек хотел бы осмыслить и упорядочить.

Кому это нужно?

С начала XX века в музеях достаточно широко проводятся различные исследования — опросы, анкетирование, наблюдения, одна из основных задач которых — выяснить у посетителей, понравилось ли им в музее, что именно понравилось, а что не понравилось, почему они пришли в музей, что бы они хотели здесь увидеть. Пик таких исследований наступил в нашей стране в 1980-е годы, их проводили крупнейшая социологическая служба Министерства культуры РСФСР, Научно-исследовательский институт культуры, российские музеи. Создается впечатление, что тогда наступил момент, когда существующая музейная модель перестала устраивать музейных специалистов, и, наладив обратную связь с публикой, они пытались выяснить, каким хочет видеть музей его посетитель.

Исследователи в разных странах мира, используя социологический инструментарий, выявляют социально-демографический состав посетителей музеев, изучают их вкусы, потребности, мотивы посещения, требования и пожелания к содержанию экспозиций и способу показа экспонатов⁴. По результатам этих исследований «вырисовывается» портрет среднестатистического посетителя с некоторыми обобщенными чертами, общими потребностями и усредненными мотивами. Так Д. Эбби и Д. Камерон, проводившие широкомасштабные исследования в картинных галереях г. Торонто в 1966 году⁵, нарисовали приблизительный портрет посетителя художественного музея. Этот посетитель обладает вкусом, сформированным художественным воспитанием, в основном одинаковым у разных категорий, за исключением детей и подростков. На основании своих наблюдений Эбби и Камерон утверждают, что посетителям художественных музеев, как правило, нравится только то, что им хорошо знакомо. По данным исследования оказалось, что можно выделить три группы мотивов для посещений музея. Их можно представить в виде триады: познание, общение, удовольствие.

Предположим, что посетители приходят в музей *с познавательной целью*. Чаще всего именно так они отвечают на вопрос: «С какой целью Вы пришли в музей?» Так же отвечают туристы, приехавшие издалека для осмотра достопримечательностей, родители или преподаватели

⁴ Исследования проводились Американской ассоциацией изучения посетителей, группой оценивания и прогнозирования при дирекции выставок в Париже, Ассоциацией изучения посетителей в Канаде и др. См.: Д. Эбби. Выставка как инструмент образования // *Museum*. — 1986. — № 151.

⁵ T.A. Heinrich et al. «Public Attitudes Towards Modern Art». *Museum*, Paris, 1969.

с учащимися, но для этих категорий посещение музея имеет еще и личностный смысл — выполнение своих социальных ролей.

Другая, не часто озвучиваемая потребность — посещение музея как часть «светской программы». Время от времени в музее проходят светские тусовки: вернисажи, «ночь в музее», концерты, презентации. Участникам подобных программ нравится, что они проводятся в музее, их даже не всегда интересует содержание: для них важно находиться в определенном социальном контексте.

Есть посетители, для которых пространство музея является пространством комфорта, неким абстрактным фоном, состоящим из форм, цветов, звуков, вызывающих определенные размышления, ассоциации, переживания, глубоко личные, успокаивающие или волнующие, доставляющие удовольствие. Такие посетители, как правило, на вопрос, что им более всего нравится в музее, отвечают, что это атмосфера, которая создана в некоторых музеях ее авторами — художниками, учеными, хранителями.

Что у них и как у нас?

28 марта 2001 года «Эхо Москвы», делая обзор прессы, сообщило, что во Франции музеи вышли на второе место по посещаемости учреждений культуры, уступив только кинотеатрам. По данным социологического опроса, 33 % жителей Франции бывают в музеях не меньше 1 раза в год. В США количество людей, посещающих художественные музеи, достигло 50 %.

Приведенные цифры заставляют работников российских музеев задуматься, ведь все познается в сравнении. По результатам опросов, которые проводились Лабораторией музейного проектирования Российского института культурологии в период с 2000 по 2004 года, в пяти российских городах с населением от 44,5 до 800 тысяч человек⁶ из 1373 опрошенных, отвечавших на вопрос: «Как Вы проводите свой досуг?» — только 180 человек ответили, что посещают музеи, художественные галереи и выставочные залы. Это 13,1 % от числа респондентов.

Бесспорным лидером среди мест культурного проведения досуга вне своего дома у российских граждан являются концертные залы: 21,5 % опрошенных ответили, что предпочитают в свободное время посещать концерты. Конечно, людей, которые хотя бы раз в год посещают музеи, достаточно много. Почти все, кто относит себя к платежеспособной части населения и совершает экскурсии в другие города, на отдых, в командировку, по делу,

⁶ Исследования проводились в Калининграде с населением 427 тыс. человек, в Краснодаре, где проживает 790 тыс. человек, в Сургуте с населением 276 тыс., в г. Коряжма — 44,3 тыс. человек, в Ярославле — 850 тыс. человек.

чаще всего «осматривая местные достопримечательности», заходят и в музей. Причины могут быть разными: наличие свободного времени, культурная программа, предложенная туристическим агентством или принимающей стороной. Не останавливаясь на причинах, по которым они это делают, попробуем остановиться на причинах, почему посещение музеев не становится предпочитаемым местом проведения досуга.

Какие же доводы приводятся респондентами в качестве объяснения, почему они посещают музеи достаточно редко? В ходе упомянутого выше исследования, проведенного в 2000—2004 годах Лабораторий музейного проектирования, респондентам задавался вопрос, почему они редко посещают музеи. В таблице представлен рейтинг названных причин.

Проблема добраться до музея	276	20 %
Нет привычки ходить в музей	122	9 %
Дорогие билеты	67	5 %
Отсутствие в музее комфортной атмосферы	44	3 %

Экономическая ситуация в нашей стране такова, что в свободное от основной работы время люди пытаются найти дополнительный заработок, тратят его на ведение домашнего хозяйства и контакты с государственными и административными структурами. Поэтому причина, которой посетители объясняют свои редкие посещения музеев, вполне правдоподобны. Предположим, достаток будет расти, свободного времени будет много, но и мест, куда пойти, будет все больше. Кто выиграет конкуренцию за посетителей? Пока ее выигрывают другие культурные учреждения.

Остановимся еще на одной причине, которая не упоминается посетителями в анкете, но была выявлена в процессе многочисленных интервью. Этой причиной оказывается *стереотип отношения к музею как к образовательному учреждению*, куда преподаватели приводят школьников и студентов, родители своих детей, чтобы как они говорят, «научиться» чему-либо, «узнать» что-то «новое». Для многих музеев остается на долгие годы местом образования или источником информации, поэтому с момента окончания школы или вуза и до того момента, когда возникает необходимость уже собственных детей (или внуков) вырастить людьми образованными, они в музей без особой причины не заглядывают. Нужно ли бороться с этим стереотипом? Скорее нужно бороться с тем отношением к музею, который складывается под влиянием учебных экскурсий, когда

посетители попадают в музей по принуждению, а не своей волей. Вот отзыв, который оставил школьник после посещения музея-панорамы Бородино: «При слове «музей» всегда представляется обязательное посещение его всем классом под руководством учителя. Учащиеся даже не могут сами выбрать музей — это всегда делает учитель. Такой поход превращается в повинность, в некое продолжение школы»⁷.

Представьте, приближается выходной, люди планируют, как провести это время. В разные периоды жизни все по-разному строят свои планы. В детстве за нас это делают родители, но уже в юношеские годы, когда мы вполне самостоятельны, что ставится на первое место? Психологи говорят, что на первое место выходит общение со сверстниками, потом уже учеба⁸. Позднее приоритетными оказываются профессиональные интересы, но общение окончательно не отходит на второй план⁹. Учитывает ли музей эту группу посетителей, которые приходят не только затем, чтобы что-то узнать. Заметим, что получить информацию в наше время можно многими способами. Можно использовать для этого компьютер, посмотреть телепередачу, почитать журналы и книги в библиотеке. Все это можно сделать, не приходя в музей.

Почему все-таки ходят?

Музей дает нечто иное. Здесь можно получить впечатление, ощутить магию вещей, обсудить увиденное с другими людьми и задать вопросы относительно увиденного. Это нельзя назвать процессом получения информации в чистом виде, это ближе к чувственному познанию, получению удовольствия от процесса коммуникации. В ходе интервью посетители Ярославского музея-заповедника на вопрос о цели посещения музея ответили следующим образом¹⁰.

Отдохнуть, пообщаться с друзьями	44
Узнать новое	40
Осмотреть музей и другие достопримечательности	22
Пришел с учебными целями	5

⁷ Л.В. Разливаева. Указ. соч. С.102

⁸ Л.И. Божович. Личность и ее формирование в детском возрасте. — М., 1968.

⁹ В результате ряда теоретических исследований был сделан вывод о необходимости формирования нового методологического принципа общей психологии — принципа общения (Б.Ф. Ломов). Согласно этой позиции существует две основные формы общения — в одном случае это средство организации деятельности, в другом — удовлетворение потребности человека в другом человеке, в живом контакте.

¹⁰ Исследование проводилось по инициативе Ярославского музея-заповедника в 2001 году, в ходе исследования было опрошено 437 человек

Очевидно, что желающих осмотреть достопримечательности, отдохнуть и пообщаться не меньше, чем тех, кто утверждает, что пришел с чисто познавательными целями. Это может означать, что музей уже становится для многих таким местом, где они могут провести свое свободное время, общаясь с друзьями. И они предпочли бы сделать это не на стадионе, не на дискотеке, не на улице, но в атмосфере музея.

Музей придает процессу общения совершенно особый характер. Друзья, которые, возможно, редко видятся, встречаются, чтобы пойти вместе в музей. Это может быть посещение новых экспозиций или любимых и хорошо знакомых музеев. Они осматривают музей, обмениваются впечатлениями, может быть, спорят или сходятся во мнениях, продолжая оставаться в русле музейного дискурса. Нелегко и неудобно дискутировать все время, стоя на ногах, хочется удобно устроиться на стуле перед заинтересовавшим объектом, затем продолжить беседу в музейном кафе за чашечкой кофе. К сожалению, стулья в музее чаще всего предназначены для музейных зрителей, основная задача которых в наших музеях следить за порядком в залах. Итак, как нам кажется, желание у посетителей уже появилось, а что же в реальности?

С кем пришли?

Много ли тех, кто приходит в музей с друзьями? Обратимся снова к результатам нашего опроса. Ответы на вопрос: «С кем нравится посещать музей?» — представлены в таблице¹¹.

С друзьями	531	46 %
С экскурсией	319	27 %
С детьми	171	15 %
В одиночестве	146	12 %

Заметьте, с каким отрывом лидирует группа посетителей, которым нравится посещать музей с друзьями, а именно так был сформулирован вопрос: не с кем вы пришли, а с кем вам нравится приходить в музей. Итак, публика идет в музей ради общения, как с предметами экспонирования, так и с теми, кто рядом, будь то друзья или дети.

¹¹ Таблица составлена по результатам опросов посетителей музеев и жителей городов, проводившихся в ходе исследований в Калининграде по инициативе Музея Мирового океана в 2001 г., в Краснодаре по инициативе Краснодарского художественного музея в 2000 г., среди жителей Сургута по инициативе музея Сургутского художественного музея в 2001 г., в г. Коряжма по инициативе отдела культуры в 2001 г.

Однако откуда люди узнают о музее? Ведь о нем не так часто услышишь по центральному телевидению или прочитаешь в журналах и газетах, только местные средства массовой информации уделяют музеям внимание. Посмотрим, что говорят посетители о том, где они черпают информацию о музее. На данный вопрос ответило 567 посетителей. Вот рейтинг средств массовой информации, из которых они получили информацию о музее.

ТВ	121	21 %
Газеты, журналы	74	13 %
Радио	16	3 %
Интернет	13	2 %

На выбор большинства посетителей музея (это 60 % опрошенных) средства массовой информации не оказали никакого влияния на посещение. Эти люди или знают о музее давно и регулярно в него ходят, или в их посещении ведущую роль сыграли друзья, которые и стали инициаторами такого рода проведения досуга.

Тем не менее роль телевидения в формировании образа музея у его потенциальных посетителей очень велика. И чем больше говорят, показывают и пишут о музеях, тем более позитивный образ у нас о нем складывается. Плохо, очень плохо для музея, когда про него совсем молчат, когда он становится фигурой умолчания, это значит, что он тихо доживает свои дни и, возможно, довольно скоро превратится просто в место для хранения собранных сокровищ.

Куда попали?

Образ музея не возникает у посетителей внезапно, скорее он формируется постепенно. После первых посещений появляются какие-то неясные контуры, затем под влиянием значимых людей, возможно, родителей, учителей, друзей, через эти контуры начинает проступать силуэт; пресса, телевидение, впечатления, полученные во время путешествий, добавляют ряд не вполне ясных деталей, еще несколько самостоятельных посещений — и этот обобщенный образ дополняется сочными подробностями, когда музей поворачивается к посетителю своими сокровищами (коллекциями) или демонстрирует ему лохмотья нищего (свои гардеробы, туалеты, зоны рекреации, входы и выходы). Вполне возможно, что у подавляющего большинства существует суммарный образ музея со своими минусами и плюсами, количество которых время от времени меняется.

Итак, родители и учителя, возможно, это первые и достаточно значимые творцы образа музея как средства познания, за ними стоят все те, кто рассказывает нам о музее с экрана телевизора, страниц газет и журналов, мониторов компьютера. Когда дело доходит до посещения, тут уже музей сам включается в процесс формирования своего собственного образа. Обратите внимание, что считают музейные сотрудники главным итогом своей работы: это достаточно серьезные цели, в которые по каким-то причинам не входит формирование своего позитивного образа. Например, в статье А.Г. Бойко (заведующий сектором Русского музея) сказано: «Предлагая свой мир зрителю, художественный музей по-прежнему скромнен и альтруистичен: финальная цель встречи не он сам, не его пространство как таковое, а представленные в нем произведения изобразительного искусства»¹². Складывается впечатление, что занятые своим делом — изучением предметов экспонирования и способом наилучшего их показа — музейщики упускают из виду, что пространство, в котором находятся предметы экспонирования, является составляющей образа того «мира», который творят для посетителей музейные профессионалы.

Тем не менее музей меняется: пытается предлагать больше, чем ему всегда было свойственно, идет на рискованные эксперименты, расширяет границы своей деятельности, меняет содержание своих экспозиций, делая их более актуальными, пытается стать фигурой влияния на жизнь общества. Много ли из того, что делает музей, принимается посетителями, меняет тот образ, который уже сформировался?

Какие могут быть претензии?

Посмотрим, что, по мнению посетителей, влияет на создание положительного или отрицательного впечатления о музее. Может быть, это содержание экспозиции, какие-то отдельные объекты, картина в целом, дизайнерские приемы или сервис и атмосфера, которую создает весь коллектив музея своей успешной работой? Чтобы как-то прояснить ситуацию, посетителям Изборского музея-заповедника¹³ была предложена анкета, в которой их просили высказать мнение о качестве работы музея и сформулировать, что, по их мнению, могло бы ее улучшить. Посетители могли высказать свое мнение в произвольной форме либо выбрать ответ из предложенных вариантов. В результате было получено достаточно

¹² Бойко А.Г. Музейно-педагогическая интерпретация психологической концепции визуального мышления // Художественный музей в образовательном процессе. — СПб, 1998. — С. 12.

¹³ Исследование проводилось по инициативе Изборского музея-заповедника в 2000 г., в ходе исследования было опрошено 257 посетителей музея-заповедника.

большое количество свободных высказываний о том, что понравилось и не понравилось в музее. Попробуем представить группы этих высказываний в виде диаграммы, на которой можно увидеть, что посетители считают более важными, каковы их пожелания музею.



Около 40 % всех посетителей считают, что музею необходимо улучшить дизайн экспозиций, обеспечить свободный доступ к информации, хранящейся в музее, использовать современные технических средства и сделать содержание экспозиций и выставок более актуальным. Но всего этого недостаточно, по мнению посетителей. Очевидно, что пункты 1, 9 и 12 выбирали гораздо чаще. Согласно их мнению, благоустройство территории, ремонт музейного здания, улучшение системы навигации в пространстве музея, улучшение качества обслуживания (имеется в виду гардероб, туалеты, работа кафе и музейного магазина), ассортимент и качество продаваемых в музейном магазине путеводителей, сувениров и памятных изданий о музее не менее важные составляющие музейной деятельности, чем содержание экспозиции.

Можно с уверенностью отметить, что к содержательной части деятельности музея, даже уровню его технического оснащения и дизайна, у посетителей не так много замечаний. Гораздо большее неудовольствие вызывает внешний вид, состояние залов, отсутствие информационных указателей и уровень комфорта, который не соответствует статусу музея в глазах публики.

Он еще чего-то хочет...

Формирование образа осуществляется путем присвоения и отражения представлений окружающих. Мы строим «образ» себя, взаимодействуя с другими, ориентируясь на их одобрение, интерес, негативные и позитивные высказывания. Наиболее значимые «другие» имеют роковое влияние на формирование нашего образа; для музея основной фигурой влияния долгие десятилетия был его создатель (человек или группа лиц), затем государство, — возможно, теперь его «образ» начинает формироваться под влиянием общества. В частности, представления посетителей об идеальном музее начинают воздействовать на реальность.

Своим интересом к тем или иным событиям посетитель стимулирует их укоренение в музейной жизни, своей неприхотливостью и терпением он поддерживает музейщиков в их нежелании что-либо изменять, и, наоборот, своей требовательностью и демонстрацией высоких стандартов повседневной жизни и окружающей среды, особенно городской, общество стимулирует дальнейшее развитие музейного мира. Публика стремится в музей, когда в нем открывается новая выставка, новые экспозиции, когда у музея появляется новый экспонат, новое здание. Слово *новое* будоражит воображение.

Что вызывает удовлетворение и что не устраивает посетителей? Разбив всю массу их высказываний по этой теме на смысловые группы, удалось выделить четыре группы. Это:

1. Внешний вид музея (встречают по одежке);
2. Система ориентации в музейном пространстве и информационная составляющая экспозиции;
3. Уровень комфорта;
4. Содержание экспозиции и работа с посетителями.

Плохое состояние здания (не благоустроена прилегающая территория)	87 %
Мало указателей, плохая информационная (навигационная) система	41 %
Недостаточный уровень сервиса и разнообразие обслуживания	43 %
Замечания по содержанию экспозиции, уровню экскурсий, сопроводительных текстов, формам работы с детьми	31 %

Многие музеи принимают критику со стороны посетителей и стараются, чтобы посещение музея было не только традицией меньшинства, обязанностью культурного человека, но и удовольствием, пиршеством духа и, если хотите, наслаждением. Другие считают ниже своего достоинства приспособляться к запросам посетителей, утверждая, что торжество духа победит леность и бедным откроется царствие небесное.

Иногда кажется, что посетитель непривередлив, ему «все нравится», все его устраивает и он «готов прийти еще раз». Вероятно, это так. Где бы ни проводились опросы, 90 % всех респондентов положительно отвечают на вопрос: «Хотели бы Вы еще посетить музей?»

Интересно то, что посетители почти никогда не стремятся делать замечания специалисту по поводу концепции или содержания экспозиции, отбора экспонатов для показа. Все замечания сводятся к тому, насколько комфортно и понятно организовано пространство для посетителей, испытывают ли они удовольствие или дискомфорт от посещения. Но даже давно не ремонтировавшееся помещение, где нет туалетов, хронически течет крыша, и в подполе уже несколько дней благоухает дохлая крыса, продолжает работать и принимать посетителей, которые все еще туда идут... Опрос, проводившийся на улицах города Краснодара¹⁴, показал удивительную картину. Из 134 опрошенных 60 % посещали музей и 40 % не посещали. Из них почти половина просто не знает, где находится музей и работает ли он, но практически все (98 %), даже те, кто впервые услышали о его существовании, высказали пожелание прийти в музей. Это может означать, что музеи в нашей стране располагают высоким кредитом доверия и невероятным (не соответствующим приложенным усилиям) успехом у публики. У людей есть намерение ходить в музеи. Таким образом, музей, практически не тратя существенных средств на развитие, пользуясь только уже существующей славой «сокровищницы», где точно есть что посмотреть, может привлечь в свои залы посетителей. Пока еще каждый уважающий себя человек стыдится того, что не бывал в известном (пользующемся заслуженной славой) местном музее, у которого нет конкурентов в области демонстрации подлинных предметов, являющихся символами нашей славы, гения, истории. Вот только надолго ли?

Возможно, музею удастся победить публику. Скромностью экспозиционного оборудования и аскетичностью музейных интерьеров, вопиющей бедностью, которая просвечивает сквозь муар пожелтевших документов, музейные специалисты хотят отпугнуть настойчивых посетителей, чтобы спокойно работать в пустоте и тишине музейных залов, как дракон, который спит на своих сокровищах.

¹⁴ Опрос посетителей Краснодарского художественного музея и жителей города проводился в 2000 г.

В. Дукельский

Музейный социум

Среди обширного круга вопросов, связанных с развитием музейного дела, есть один, не только не затрагивавшийся в отечественных музееведческих работах, но и никогда не рассматривавшийся как достойный внимания. Это вопрос о субъективных факторах музейной деятельности, музейных коллективах, особенностях мировоззрения и психологического склада музейных работников. Авторы методических рекомендаций и различных проектов реорганизации музейной сферы исходили из допущения ее абсолютной управляемости, игнорировали влияние и устойчивость музейного менталитета, качественные отличия музейных коллективов. Стоит ли удивляться, что многие блестящие начинания наталкивались на стену непонимания, тормозились и постепенно сходили на нет в реальном социальном контексте.

Напротив, в среде музейщиков определенная рефлексия по поводу самих себя, несомненно, присутствовала. Особенно часто она проявлялась в крупных коллективах с достаточно стабильным составом, где любили порассуждать о том, что их музей — это целый мир со своими традициями, взглядами и привычками. В современной ситуации музейное корпоративное сознание вылилось в стремление к расширению межмузейных контактов, тяге к созданию советов, союзов и ассоциаций, наконец, в желание сформулировать и защитить свои права. Вот почему, не претендуя на всеобъемлющее освещение социально-психологических аспектов музейной жизни, мы постараемся выявить наиболее показательные, на наш взгляд, черты музейного сообщества, проявляющиеся в отношениях его членов друг с другом и с внешним миром.

У музейного социума, особенно в отечественной модификации, есть своя история, и многие современные реальности находят объяснение в мощном внешнем воздействии, испытанном на предыдущих этапах его становления. Более того, почти каждый молодой специалист, приходящий в музей, как и вновь возникающий музейный коллектив, повторяет в онтогенезе путь филогенеза, пройденный сообществом в целом.

Мотивы поступления на работу в музей могут быть разными, но, если отбросить варианты «работа не пыльная», «надо же где-то работать», то главным среди них будет реализация собственных научных интересов. Действительно, чаще всего музей рассматривается как государственная служба, где можно заниматься работой, так или иначе связанной с базовой подготовкой, продолжить научные занятия. Не последнюю роль

играет и стремление получить доступ к музейным коллекциям как источником для последующих изысканий. В подобной установке изначально заложен конфликт, ибо вся собственно музейная работа с этих позиций воспринимается как неприятное и ненужное дополнение к занятиям серьезной большой наукой.

Действительность обычно более или менее быстро опровергает предварительные расчеты, и молодой сотрудник оказывается перед выбором: пожертвовать тем, что представляется ему единственно ценным, или постараться под теми или иными предложениями оградить себя от музейной «текучки». Привлекательность музейной работы в сравнении с трудоемкостью весьма незначительна, вкус к ней в годы учебы не прививается, да и социальный статус заведомо ниже статуса профильной науки, так что выбор обычно бывает однозначным. Новый сотрудник вступает на нелегкий путь борьбы за выживание в музее, борьбы, отнимающей время и силы, травмирующей психику и характер, приводящей в конечном счете к апатии и лицемерию или, напротив, превращающейся по мере угасания творческих возможностей в единственный смысл деятельности в профессии. Поставленный в довольно жесткие условия, начинающий музейщик в одних случаях доказывает, что то, чем он занимается, и есть музейная работа, в других — стремится свести к минимуму общемузейную нагрузку, в третьих — ищет, а затем и обустроивает свою должностную экологическую нишу.

Но так ли уж не прав неофит в своем желании не самому служить музею, а заставить музей работать на себя? Подавляющее большинство музеев появилось на свет благодаря личной заинтересованности ученых, коллекционеров, меценатов. В значительной степени музей был продолжением личности, ее проекцией в предметном мире культуры. Хранитель или исследователь, как правило, не отделял музей от себя, создавал его, если не «по собственному образу и подобию», то как модель своего «я». Почти также справедливо это суждение и в отношении музеев, создававшихся научными обществами и бывших результатом их деятельности, плодом коллективного разума. Интереснейшая докладная записка о работе Восточно-Сибирского отдела РГО приведена в статье Д.А. Равикович: «Научные силы вербуются отделом из среды местной служилой интеллигенции, состав которой непрерывно меняется... Назначен в Иркутск какой-нибудь чиновник с понятиями о ботанике, и отдел имеет работника по исследованиям флоры края. Уехал этот чиновник, и на его место приехал другой, специалист по археологии, отдел волей-неволей должен заняться археологией...»¹

¹ Равикович Д.А. Музеи местного края во второй половине XIX — начале XX века (1861—1917 гг.) // Очерки истории музейного дела в России. — М., 1960. — Вып. II. — С. 185.

Там, где автор записки увидел нарушение порядка и непоследовательность, на самом деле таилась самая суть музейной работы, глубоко индивидуальной по духу и производной от личных склонностей. Целью таких объединений, как музейные коллективы, равно как и научные общества, изначально было не столько решение общих задач, сколько удовлетворение собственных потребностей. Музей был суммой индивидуальностей, поэтому комфортность собственных научных занятий и наличие условий для проведения в жизнь своих идей были важнейшими требованиями, предъявлявшимися к этому учреждению. То есть одним из прародителей музейного коллектива было неформальное объединение, многие черты которого, несмотря ни на что, сохранились и сегодня. Музей во многом остался корпоративной группировкой, основанной на чисто личных побуждениях и стремящихся замкнуться на них.

Однако исходный индивидуализм музейной деятельности так и не получил официального признания. Преодолеть его старались на протяжении всей истории огосударствления музеев, используя все средства от администрирования до организации общественного мнения. Решающую роль в этой борьбе сыграло оттеснение научно-исследовательских задач на второй план и последовавший за ним бум структурных реорганизаций². Музей пытались «запрячь» в общую телегу, заставить делать предписываемую сверху работу, и закономерным следствием предпринятых усилий стало отчуждение сотрудника от общемузейных задач. Исследования продолжались, но приобретали полуправильный характер или приводили к возникновению таких сомнительных симбиозов, как научная обработка или тематико-экспозиционный план. Это был наиболее опасный путь формализации деятельности, когда извращение исходных целей осуществлялось под лозунгом подведения научных оснований под музейную практику.

Конечно, в наши дни далеко не все поступающие на работу в музей ищут здесь возможности для научной самореализации. Для многих начинающих работников музеев ничем не отличается от других казенных учреждений, где продвижение по службе зависит от четкости выполнения соответствующих предписаний и должностных обязанностей. Но и они оказываются обманутыми в своих ожиданиях, ибо, несмотря на многолетние усилия нескольких поколений управленцев, музей остается очень несовершенным госучреждением. Процесс адаптации новоиспеченных музейных чиновников существенно отличается от вхождения в музей их ученых коллег. Не испытывая сомнений и болезненного

²Закс А.Б. Из истории Государственного исторического музея (1917—1941 гг.) // Очерки истории музейного дела в России. — М., 1960. — Вып. II. — С. 345.

раздвоения личности, они делают все от них зависящее, чтобы внести элементы организованности в достаточно аморфную и «вязкую» музейную среду.

Легко усваивая формальную сторону музейной работы, «чиновники» воспроизводят ее со свойственной им дотошностью и скрупулезностью, стремясь не только сравняться с «научниками», но и опередить последних по отчетным показателям. Тиражируя примитивные методики и стереотипные решения, они, однако, многое делают для утверждения среднего, удовлетворительного уровня музейной работы, и их усилия не остаются незамеченными. Являясь порой способными организаторами, «чиновники» быстро занимают руководящие должности, начинают заправлять делами и задавать тон. Но реально продвинуть работу вперед они не могут и, виртуозно воспроизводя одни и те же операции, направляют движение музея по замкнутому кругу. Деятельность постепенно обесмысливается, средства ее превращаются в цель, и единственным результатом становится профанация самого понятия «музейная работа». Подлинной стихией музейных чиновников является ведение научной, учетной и планово-отчетной документации, а так как в этой сфере всегда есть место для совершенствования, они обычно более других групп сотрудников бывают удовлетворены своей работой в музее. Поэтому они и не замечают того растлевающего влияния, которое оказывают на музейный социум, желая ему единственно добра.

Пожалуй, наиболее сложной внутри музейного коллектива является группа ветеранов — старых сотрудников с большим стажем работы. На них как бы возложена ответственность за сохранение преемственности, устойчивость и самовоспроизводство социума. Состав его меняется, но поскольку налицо заинтересованность в продолжении общего дела, сам организм стремится стать вечным. Именно так возникает видимость независимого существования коллектива по отношению к его членам, а оргструктура и отношения людей приобретают безличный характер, превращаясь в определенные роли. Не вмешиваясь в перипетии музейной жизни, поскольку их собственное положение достаточно стабильно, «старейшины» лишь внимательно следят за сохранением прежней системы ценностей и незыблемостью авторитетов, отвергая малейшие попытки сомнителься в непреходящем значении достижений прежних лет. Общественное мнение, старательно поддерживаемое самими ветеранами, приписывает им владение некими почти тайными знаниями, открывающимися лишь после десятилетий упорного труда. Отчасти подобные представления имеют под собой реальную почву, поскольку опыт и интуиция всегда играли заметную роль в описательных дисциплинах, но в

целом слагаемые «тайны ремесла» довольно прозаичны. Это позавчерашние научные взгляды, выдаваемые за истинно музейные, эмпирические сведения о предметах и коллекциях, которые так и не удосужились отразить в соответствующей документации, казенные приемы научного описания и многолетние связи с маститыми учеными.

Во многом именно музейными «старейшинами» задаются стереотипы поведения и распространяются априорные суждения, которые усваиваются новыми сотрудниками, не имеющими других образцов для подражания. «Делай как я» — вот основной мотив обучения музейному ремеслу, предполагающий, что «я» делаю, конечно же, правильно. Тем самым ветераны удачно дополняют музейный социум, цементируют его и освящают своим авторитетом формализм музейной деятельности. Осуждая одно и одобряя другое, они преследуют единственную цель — сохранение сложившегося порядка вещей, и как бы ни были велики заслуги ветеранов в прошлом, воспроизведение в новых условиях вчерашнего опыта губительно сказывается на динамике профессии. Музей оказывается в ловушке, из которой не так-то просто выбраться.

Наконец, совершенно особое место в музейном сообществе занимает руководитель. Собственно, само это понятие определяется ситуацией, в которой находится подчиненный ему коллектив³. Музейный же коллектив представляет собой совокупность индивидов, очень слабо связанных общими целями. В этом случае главной для руководителя становится задача удержать постоянно расплывающуюся музейную ткань. Поэтому так велика в музее роль директора, определяющего структуру деятельности и психологическое состояние коллектива. Он может мобилизовать его, увлечь своей верой, стать лидером в полном смысле слова, а может дезорганизовать работу, посеять растерянность и отчаяние. Недаром история многих музейных учреждений фактически распадается на периоды правления отдельных «государей». Все зависит от того, какие средства избираются для поддержания собственной власти и управления музеем.

Идеальным в представлении большинства является тот директор, который ни во что не вмешивается и вместе с тем обеспечивает защиту интересов сотрудников и высокий престиж учреждения. Полное или частичное неприятие вызывает руководитель-реорганизатор, стремящийся взбаламутить «музейное болото». На самом деле худшим вариантом следует считать руководителя-чиновника, открытого для директив сверху и блокирующего любые проявления инициативы снизу. Адаптация к нему медленно, но верно развращает коллектив, из которого вытесняются

³ Робер М.-А., Тильман Ф. Психология индивида и группы. — М., 1988. — С. 164.

сотрудники, отличающиеся высокой компетентностью, а на их место приходят лица, подобные своему шефу. Такой руководитель инстинктивно проявляет большую активность в сфере социально-бытовых отношений и именно здесь завоевывает себе признание. «Мы были за ним как за каменной стеной», — вспоминают сотрудники. Предпочтение чаще всего отдается «заботливому хозяину», то есть оценка производится по параметрам, никак не связанным с основной музейной работой. Далекими от музейных задач соображениями руководствуется и сам директор, оценивая своих подчиненных. Он может быть резким и взбалмошным или, напротив, домашним и доверительным, оставаясь в любом случае бездельником и дилетантом, подменяющим музей гибридом казенной конторы и коммуналки.

В складывающейся ситуации исходные целевые установки музейной деятельности все больше отходят на второй план, а главное место начинают занимать проблемы межличностных отношений, решаемых на привычном для большинства, включая руководителя, бытовом уровне. Идеи музея как дома, коллектива сотрудников как большой семьи, директора как «отца-матери» родной быстро распространяются. Порой руководитель принимает на себя роль всемогущего, всезнающего лидера. Коллектив при этом доходит почти до эйфории — «мы, такой хороший музей», однако реальная работа нисколько не продвигается. Все силы, вся энергия мобилируются на то, чтобы поддерживать свою зависимость от директора и отстаивать представление о собственной значительности. Жизнь коллектива приобретает ярко выраженный показательный, демонстративный характер.

Конечно, мы описали лишь один из возможных вариантов отношений между руководителем и подчиненными, но зато вариант весьма распространенный. В общем плане допустимо выделить два способа организации управления в музее: директивный и кооперативный⁴. Классическая директивная модель, при которой руководитель вырабатывает решения, координирует и контролирует деятельность коллектива, преобладает в музейных учреждениях. Ее привычными спутниками стали: разросшаяся музейная иерархия, отсутствие сотрудничества, разобщенность отделов, пассивность исполнителей. Директивная модель в принципе удобна лишь при условии низкой квалификации работников, ответственность которых ограничивается еще и некомпетентностью руководителя. Так возникает очень характерная для музеев «игра в деятельность». Директор делает вид, что дает указания, сотрудники симулируют их выполнение, колеса крутятся, но машина не двигается с места.

⁴ Робер М.-А., Тильман Ф. Указ. соч. — М., 1988. — С. 167.

Последнее время, особенно в небольших музеях и филиалах, все большее распространение получает кооперативная модель, при которой руководитель и коллектив должны научиться общаться между собой. Этот тип управления требует особых качеств руководителя и высокой квалификации подчиненных. Ему принадлежит будущее, а сегодня он более характерен для секторов и отделов, т. е. наиболее прогрессивного звена в музейной структуре.

Выделив в музейном сообществе группы ученых, чиновников и ветеранов, мы обошли вниманием немногочисленную и не пользующуюся особым уважением группу «возмутителей спокойствия». Как правило, это люди творческие и настоящие специалисты, не принимающие сложившихся правил игры, норм и стереотипов музейного поведения. Их обвиняют во всех смертных грехах, третируют, следствием чего становится их хроническая оппозиционность. Подобное отношение со стороны коллектива легко объяснимо. Поскольку главной чертой музейного коллектива является стремление к стабильности, удаление из него всех, кто проявляет незапрограммированную активность, становится важнейшим условием самосохранения. Хорошо, если толковый руководитель использует неординарных сотрудников для решения творческих задач, в противном случае они неизбежно вырождаются в критиков и скептиков, а нередко становятся еще и «козлами отпущения».

Однако не только противостояние «возмутителям спокойствия» сплачивает музейный коллектив. Ученые, чиновники и ветераны при всех различиях своих представлений об основах совместной деятельности едины в стремлении оградить себя от любого воздействия извне. Конвергенция личных целей происходит не на уровне самой деятельности, а на уровне ее оформления, обставления целым набором установок, запретов, априорных суждений. По мере того как внешняя сторона начинает приобретать все большую значимость, сама музейная деятельность подменяется ее имитацией.

Имитация работы становится основой для достижения согласия внутри коллектива, ибо она не затрагивает ничьих интересов. Особенно показательна ситуация полностью или частично закрытого на реконструкцию музея. Она, как выясняется, идеально устраивает всех, кроме, разумеется, «возмутителей спокойствия». Каждый из участников музейного процесса получает полную возможность для самореализации. С межличностных отношений, благодаря отсутствию общей цели, снимается всякая конфликтность. Каждый играет в свою игру: один — в академизм, другой — в загруженность, третий — в готовящуюся (всю жизнь) научную публикацию. Все силы направлены на то, чтобы создать видимость

деятельности и иллюзию благополучия. Отсюда страсть к преувеличениям, пристальное внимание к формальной стороне дела, восторженность оценок. Иногда, напротив, ситуация безмерно драматизируется и обществу предъявляются «раны и язвы нищих музейев». Постепенно и сами сотрудники оказываются во власти созданных ими образов, начинают свято верить в свои фантазии, проникаются сознанием собственного подвижничества и избранничества. Так рождается мифология, призванная как-то компенсировать уже вполне реальные убожество и тяготы музейной жизни.

Музейная мифология, как и всякая другая мифология, формирует комплекс устойчивых представлений о мире и о себе. Она отвечает потребностям музейного социума в самоопределении, обобщении и классификации объектов окружающей действительности. Складывается эта мифология из стереотипов музейного сознания, которыми оперируют без всяких на то оснований, априорных суждений, наконец, просто предрассудков о том, что можно делать, чего нельзя делать и чем музейщики отличаются от прочих людей.

В основу музейной мифологии положено гипертрофированное и очень мало соответствующее действительности представление о значимости музея в системе мироздания. Большинство членов музейного сообщества абсолютно убеждено, что без музея культура погибнет, что музеи были всегда и пребудут во веки веков. Иными словами, музей сакрален и всякие сомнения в этом воспринимаются как отступничество, а потому караются беспощадно. Действительность, конечно, вносит свои коррективы, и данный конкретный музей может оцениваться отрицательно, но «Музей» в целом — никогда. У сотрудников провинциальных музейев происходит как бы экстраполяция идеала на столичные музеи, пользующиеся мировой известностью. В крупных музеях, где на каждом шагу сталкиваешься со всеми «прелестями» музейной жизни, идеал обычно обращен в прошлое: «Вот раньше ГИМ...», «А в старой Третьяковке...», «Вот при прежнем директоре...»

Для подтверждения значимости музея приходится прибегать к мифам и «заклинаниям», которые от частого повторения начинают восприниматься как непреходящие истины. Таков, например, миф о «науке в музее», дополняемой рассуждениями типа «без музея нет науки». Время давно переставило акценты, и многие естественнонаучные, археологические и другие коллекции почти утратили свою ценность для науки, но поколебать прежние позиции ничто не может. К каждому виду музейной работы в свое время была добавлена приставка *научно-*, очевидно, чтобы развеять последние сомнения. Необходимость следовать принципу

научности провозглашается к месту и не к месту, и он противопоставляется вымышленному врагу в лице ненаучного подхода. На самом деле «миф о научности» выполняет чисто защитную функцию и используется как средство отторжения всего, что имеет мало-мальски творческий характер и не укладывается в прокрустово ложе позитивистской науки позапрошлого века.

Другой миф повествует об «образовательно-вспомогательном» значении музея. При всей своей правдоподобности он базируется на культуртрегерских, просветительских воззрениях и игнорирует реальности современной культуры. Мир должен быть таким, каким мы хотим, чтобы он был, а если он не таков, то приспособливаться к нему нам, носителям высших ценностей культуры, просто унижительно. Поэтому большинство «настоящих» музейщиков скептически относятся к нововведениям музейной педагогики. Им дела нет до кризиса классической культуры, до молодежных субкультурных образований, новых технологий, роли рекламы и СМИ. Миф, как и положено ему, парит над бренной действительностью.

И уж совсем непререкаемым видится миф о ценности музейных собраний. Вот только невольно возникает вопрос, для чего нужно столь упорно повторять прописные истины и тем более доказывать вопреки здравому смыслу ценность всего, что хранится в музеях? Ответить на этот вопрос легко. Постоянное декларирование бесценности музейных фондов необходимо сотрудникам для повышения собственного престижа. Речь идет, разумеется, не о соображениях примитивной выгоды, а о весьма распространенном самоотождествлении с хранимыми коллекциями. Нередко ощущение причастности творчеству великого художника или достижениям древних культур приобретает болезненные формы, и хранитель, купаясь в лучах чужой славы, рассматривает себя в качестве правопреемника гения прошлого в современном мире. Он стремится монополизировать хранимые материалы, ставшие постепенно частью его «я». Всякое прикосновение к коллекциям отныне воспринимается как кощунство. Вот почему рассуждения о ценности музейных собраний не столько открывают доступ к высоким образцам культуры, сколько препятствуют обращению к ним.

Производным от предыдущего следует считать миф о сохранности предметов в музее. Согласно ему, основное назначение музеев — хранить. Неважно что, неважно во имя чего, но хранить. Право это более ни за кем не признается, поскольку исходным является утверждение, что только музей, разумеется, государственный, может обеспечить сохранность коллекций. Даже печальный опыт многих десятилетий функционирования

музея как части государственной машины не может поколебать сложившегося стереотипа. Немыслимая гордыня позволяет без тени сомнения извлекать предметы из среды бытования, снисходительно относиться к коллекционерам, возмущаться самой мыслью о возвращении ценностей их прежним владельцам.

В равной мере ложной является и сама установка на сохранение ради сохранения. Она как бы подсознательно отрицает необходимость включения наследия в жизнь культуры, рассматривая любые формы его использования как неизменную профанацию. При этом игнорируется тот факт, что этап «консервации» в истории современной культуры в принципе закончился. Поэтому «миф о сохранности», как, впрочем, и другие музейные мифы, можно было бы оставить в неприкосновенности, если бы они содержали активное начало, хоть какую-то деятельностную установку. В действительности утверждение «главное — сохранить» означает одно — «оставьте нас в покое», так же как идея «научности» выражает требование — «не мешайте нам оставаться самими собой».

Сакрализация музея закономерно предполагает, что служители его являются людьми необыкновенными, которым за их каждодневный подвиг должно быть позволено многое. Так рождается «миф о подвижниках и бесребрениках». Образ страданий особенно важен для музейного самосознания, ибо без него померкнет героический ореол — одно из немногих утешений музейщика. Поэтому жалобам обычно нет конца: «нет денег» — но нередко в конце года списываются солидные суммы; «нет условий» — но что делать с новым зданием, неизвестно, и т.п. К этому примешивается чувство гордости: «Крыша течет, а мы храним», или «Хранить негде, и только я знаю, где что лежит».

Неадекватное восприятие самих себя не могло не породить снисходительности к собственным недостаткам и умения виртуозно оправдывать свои промахи внешними обстоятельствами. Беспорядок в хранении легко списывается на нехватку помещений, несоблюдение режима хранения — на отсутствие соответствующего оборудования, растягивание сроков создания новой экспозиции объясняется невозможностью разместить заказы, несовершенство выставок — отсутствием средств на художественное оформление. И хотя все это, разумеется, имеет место, поневоле начинаешь думать, что в приведенных объяснениях для самих музейщиков таится глубокий смысл. Снова и снова в собственных глазах и в глазах окружающих можно выглядеть страдальцем и подвижником. Если бы материально-техническое обеспечение музеев вдруг наладилось, их работники в значительной степени лишились бы фундамента собственных мироощущений. Стоит ли удивляться, что никаких шагов, направленных

на изменение сложившегося положения, обычно не предпринимается. В противном случае пришлось бы налаживать работу на качественно ином уровне, реально отвечать за свой участок, учиться обращению с новой техникой.

Нетребовательность к самому себе постепенно стала частью механизма адаптации к профессии. Опытный работник настолько привыкает к тяготам и неустроенности музейной жизни, что прошлые, более тяжелые времена воспринимаются с оттенком ностальгии. Достаточно часто можно услышать сетования, что в новом хранилище «исчез прежний дух», что «старая экспозиция была ближе и понятнее» и т.п. Искренне переживая за сохранность своих коллекций, музейщик легко мирится с исчезновением отдельных вещей, если это происходит по вине милой его сердцу музейной неразберихи.

Отсутствие критического восприятия собственной деятельности компенсируется повышенной требовательностью к другим, выражающейся во введении многочисленных надуманных запретов. Инфантильное стремление переложить ответственность на чужие плечи и ощущение, что все остальные обязаны сделать для нас все возможное, имеют свое продолжение в устойчиво критическом отношении к внешним партнерам. «Власти не дают денег», «хозяйственники не обеспечивают», «методисты не могут предложить», «художники витают в облаках и требуют денег», «исследователи из академических институтов хотят сделать себе имя на наших материалах» — вот далеко неполный перечень суждений об окружающих. Поэтому все силы мобилизуются на ограждение «своей территории», на перекрывание всех каналов возможной утечки информации. Речь идет, конечно, главным образом о фондовых отделах, о запасниках, закрытых даже для своих коллег. Стабильность своего положения и сохранение ореола святости гарантирует только закрытая система, в которой собственная точка зрения на характер и качество работы становится единственным основанием для ее оценки. Свой взгляд мыслится истинно профессиональным: «То, что я делаю, и есть музейная работа».

Поэтому все люди делятся на «музейщиков» и «всех остальных». Среди посторонних устойчивое предпочтение отдается именитым деятелям профильной науки и получившим признание художникам. Испытывая в глубине души комплекс неполноценности перед представителями академической и вузовской науки, члены музейного социума, однако, активно используют их в своих целях. Собственные позиции подкрепляются авторитетом маститых ученых, которые незаметно становятся рупором идей наиболее консервативно настроенных музейщиков. Такое перевоплощение происходит особенно легко, поскольку ученым музейные проблемы

в конечном счете глубоко безразличны, а их собственные представления о музее восходят ко временам далекой юности.

Подлинное отношение к науке вообще наглядно проявляется в том случае, если ты достигаешь в ней признания, оставаясь сотрудником музея. Акции такого ученого не только не повышаются, а, напротив, резко идут вниз. И дело тут не в примитивной зависти, а в сознательном отрицании значимости всего происходящего за пределами музейной сферы. Поэтому право на вторжение в нее и не признается за теми, кто формально не принадлежит к музейному сообществу.

Но и внутри музейного коллектива есть свои высшие и низшие касты. Сколько бы ты ни создавал выставок и экспозиций, ты не настоящий музейщик, а скорее чернорабочий, занятый профанацией и портящий вещи. Опытный музейный педагог, автор многочисленных книг остается лишь популяризатором, своего рода массовиком-затейником. Зато любой фондовик вне зависимости от результатов его деятельности оценивается общественным мнением очень высоко, ведь он двадцать лет «сидит на тканях...».

Жесткое разделение на «своих» и «чужих», замкнутость музейного социума и отсутствие достоверной информации у рядовых его членов создают идеальную почву для распространения слухов. Привыкнув к невежеству органов управления, музейщики готовы ко всему. Они живут в ожидании того, что их «закроют», «расформируют», «продадут с молотка», «лишат средств». Этими настроениями умело манипулирует музейное начальство, поддерживающее в своих подчиненных постоянное чувство страха. Для этого часть информации скрывается, а другая часть подается в искаженном виде. В этом случае музейный социум еще сильнее замыкается в себе, воспринимая любую попытку наладить с ним диалог как угрозу собственной безопасности.

Конечно, нарисованный совокупный портрет музейного коллектива и его членов вряд ли стоит прикладывать к себе в каждом конкретном случае. Плохи не научность, а ширма научности, не подвижничество, а восприятие самого себя как подвижника, не чувство профессионального достоинства, а вера в собственную непогрешимость. Иными словами, необходимо отличать плевелы от пшеницы. Но мы так долго восторгались налитыми колосьями, что плевелы успели буйно разрастись на музейной ниве.

Не имея возможности разобраться в происходящем, приписывая окружающим несвойственные им мотивы и оставаясь в полной зависимости от администрации, музейные сотрудники смутно представляют себе будущее и предпочитают решать сугубо личные проблемы. Наиболее

активное среднее звено нередко испытывает чувство растерянности, поддается апатии, утрачивает веру в возможность сделать что бы то ни было. В условиях внутренней разобщенности музейные коллективы перестают даже отдаленно напоминать единый слаженный механизм. Стоит ли в такой ситуации негодовать на приход в музей случайных людей, которые начинают заниматься далекими от музейных целей и порой не очень чистыми делами. Они просто усваивают присущую коллективу модель восприятия музея как «крыши» — на этот раз уже для сомнительных коммерческих операций. Итак, музей сегодня — это конгломерат идей, позиций, целей и взглядов, свести которые воедино невероятно трудно.

Дело осложняется и психологической сложностью коррекции внутренней профессиональной позиции музейщика. Поскольку сам музей оценивается положительно и «я» в музее тоже, никакая внешняя критика повлиять на самооценку фактически не может. В системе идеализированных представлений все мыслится допустимым и приемлемым. Можно пускаться во все тяжкие, если это идет на пользу музею, принять любого руководителя, если он выбивает высокую заработную плату, списать утраченные предметы, если ты сам виноват в их пропаже, и т.д.

При таком положении вещей напрашиваются два варианта развития событий. Или относительная стабилизация музейной жизни, достигнутая за счет материального благополучия и «честного дележа» между сотрудниками легальных и нелегальных доходов. Или, напротив, обострение внутренних противоречий и нарастание конфликтов внутри музейных коллективов. К счастью, есть еще и третий путь. Снять накопившееся напряжение можно, если расширить права сотрудников и руководителей среднего звена, а структурным подразделениям дать больше свободы. В ряде музеев так и поступают, к удовольствию или неудовольствию вышестоящего начальства. Необходимость принимать самостоятельные решения и нести за них ответственность заставляет откопаться от накопившихся предрассудков и взглянуть на себя со стороны. Этот путь должен в конечном счете привести к самоорганизации музейных коллективов, к возрождению изначально присущих музейному социуму черт свободного объединения людей, вдохновленных общей целью.

Раздел 3. МУЗЕЙ ДЛЯ ЧЕЛОВЕКА

А. Лебедев

Музей для своих

В 1982 году немецкий бизнесмен Карл-Генрих Мюллер купил на окраине города Нойса (под Дюссельдорфом) усадьбу и объявил ее *островом*. Место это именовалось Хомбройх. Поэтому когда в 1987 году здесь появился музей, он стал называться *Insel Hombroich* — «Остров Хомбройх».

Коллекцию, которая легла в основу музея, Мюллер начал собирать в конце 1960-х годов. Она очень разнородна и в полной мере отражает вкус владельца и его друзей-художников. В собрании есть древняя восточная скульптура и африканские маски, конструктивистская мебель и объекты дадаистов, рисунки Климта и акварели Сезанна, мобили Колдера и скульптуры Бранкузи, а также множество геометрической абстракции второй половины XX века.

Карл-Генрих Мюллер придумал свой музей в начале 1980-х, когда фирма «Мюллер интернэшнл», занимающаяся торговлей недвижимостью, стала одной из крупнейших в Германии. На вопросы журналистов, как ему это пришло в голову, бизнесмен отвечал: «Если у кого-то есть коллекция, рано или поздно он спрашивает себя, неужели нельзя найти ей лучшее применение, чем просто украсить стены своего дома или офиса?» Эти слова похожи на правду, но в них не вся правда. Мюллер не просто строил помещения для развески картин, он создавал *музей*. Причем совершенно особый по духу и принципам показа искусства.

В концептуальном проекте размещения искусства среди природы Мюллеру помогли его многолетние связи с художниками-современниками. В совет будущего музея, кроме Мюллера, вошли живописцы Норберт Тадеуш и Готард Граубнер (последний и раньше был консультантом Мюллера по современному искусству, помогал ему пополнять коллекцию); известный персонаж дюссельдорфской арт-сцены 1970-х годов скульптор Анатолий Херцфельд — бывший полицейский, ученик прославленного Йозефа Бойса и большой оригинал; ландшафтный архитектор Бернхард Корте и, наконец, профессор скульптуры Дюссельдорфской академии художеств Эрвин Хеерих.

Инзель Хомбройх расположился в пойме речушки Эрфт, распадающейся в этом месте на несколько рукавов (точнее было бы сказать,

ручейков). Когда смотришь на карту, видно, что старый дом вместе с приусадебным участком, первоначально купленные Мюллером, действительно находятся на острове. Впрочем, что это за остров, когда водную преграду, отделяющую от «материка», можно преодолеть по перекинутому бревну, а где-то и просто перешагнуть?

Однако отдадим должное Карлу-Генриху Мюллеру: он не пытался воспользоваться сделанной природой «подставкой», а говорил иное: «Это остров в метафорическом смысле, потому что здесь все происходит не так, как в обыденной жизни».

Музей, выращенный на корню

Ступив на территорию музея, и впрямь попадаешь на остров уединения. Усыпанная серой щебенкой дорожка, извиваясь, ведет через луг, заросший полевыми цветами и травами. По сторонам виднеются заболоченные участки поймы, группы деревьев, кустарник, маленькие озера с утками и лебедями. Тишина, людей почти не видно, только щебечут птицы. На первый взгляд обычный деревенский пейзаж. Хотя нет. Слишком красиво! Слишком продуман, сценически выстроен этот неприхотливый сельский вид. Поляна лопухов, какие встречаются на любом пустыре, за ними на берегу ручья плакучая ива: крупные круглые листья и мелкие вытянутые. Но и у тех и у других серебристая подложка. Они скомпонованы не менее продуманно, чем на живописном полотне. Облетевшие лепестки яблони покрывают воду пруда розовым покрывалом, причудливо сплетаются в один куст три разных сорта сирени.

Это не дикая природа, а пейзаж, созданный рукой художника. У окрестных жителей можно узнать, что четверть века назад на месте Инзель Хомбройх была заброшенная сельскохозяйственная пустошь. Лишь старый усадебный дом окружали деревья. А все, что мы видим сегодня, начиная с озер, которые и не озера вовсе, а специально выкопанные пруды, — творение «садовника» Бернхарда Корте. Земельный участок был куплен Мюллером в 1982 году, музей открылся в 1987-м. В течение пяти лет Инзель Хомбройх «растили» для публики.

Бернхард Корте продумал и рассчитал еще один эффект. Выстроенная им природная среда «интерьерна». В парке почти нет далеких видов, посетитель переходит из одного замкнутого пространства в другое. Отсюда возникает то самое удивительное чувство уединения, хотя музей не назовешь малопосещаемым: за сезон он принимает 65—70 тысяч гостей. В 2002 году, когда Инзель Хомбройх отмечал двадцатилетие со дня основания, журналисты спросили у Карла-Генриха Мюллера, может ли он подвести итог прошедшим годам, сбылось ли то, чего хотели создатели музея. Ответ

отца-основателя был краток: «Нельзя подвести никакие итоги, так как мы сами не знали, чего хотели. Просто Инзель Хомбройх рос, как все в жизни растет. Иногда более удачно, иногда менее. Как живое существо».

Хорошо подготовленные экспромты

В парке двенадцать павильонов. Их расположение тоже часть сценария хитроумного Корте: павильонов много, но одновременно посетитель может видеть только один из них. Постройка открывается вашему взору внезапно, после очередного поворота дорожки. Большинство павильонов выстроено из темного голландского кирпича. Причем не нового, а старого — от разобранных построек, со следами времени, сложной игрой цвета и фактур. Формы же зданий предельно просты и лаконичны — состыкованные кубы, параллелепипеды, цилиндры с плоскими стеклянными крышами и большими окнами.

Первым на вашем пути оказывается павильон «Башня». Он не имеет окон, только четыре двери, расположенные по осям сооружения. Все они гостеприимно распахнуты, но павильон... пуст. И не оттого, что владельцам музея нечего показать. Пустота — часть авторского замысла. Слепительно-белые стены внутреннего зала, пронизанные потоками люющего сверху света, и заросший английский парк, видимый через распахнутые двери, а снаружи слышатся стрекотание кузнечиков и шелест травы. Возникает интересный эффект. Пока находишься на открытом воздухе, павильон воспринимается как рукотворный объем, помещенный в природную среду. Что-то вроде садово-парковой скульптуры. Недаром создатель музейных павильонов — Эрвин Хеерих — по образованию скульптор. Но когда попадаешь внутрь, объем и пространство словно меняются местами: в объект экспозиционного показа превращается парк, обрамленный, как картина, дверным проемом.

Еще более эффектен «Павильон Граубнера», представляющий собой два состыкованных цилиндра: кирпичный и стеклянный. Когда я прочел название павильона на плане музея, то ни на секунду не усомнился, что увижу там живописные панно, написанные приятелем Мюллера — дюссельдорфским абстракционистом Готардом Граубнером. Ничуть не бывало. «Павильон Граубнера» также пуст, но зрительные ощущения здесь оказываются иными, чем в «Башне». Если в «Башне» ты обозревал «картины» парка, то, войдя в стеклянный стакан «Павильона Граубнера», видишь круговую панораму. Парк для разнообразия в этом месте становится французским — регулярным, с аккуратно подстриженными боскетами. При взгляде снаружи возникает эффект витрины, где случайный посетитель выступает в роли экспоната, помещенного в сад и накрытого стеклянным колпаком.

Почему павильон назван именем Готарда Граубнера? Возможно потому, что архитектура здания в чем-то созвучна его творчеству. «Для меня, — говорит живописец, — подход к созданию пространственной ситуации сопоставим с подходом к созданию картины». Впрочем, эти слова можно отнести ко всему музею Инзель Хомбройх. И еще одна любопытная деталь. «Башня» и «Павильон Граубнера» не имеют электрического освещения. В наше время подобное стремление к первозданности выглядит несколько эксцентричным, но создателям музея нельзя отказать в последовательности: законы экспонирования в данном случае требуют только естественного света.

Без этикеток

И все-таки большинство павильонов используется вполне традиционно: в них выставлены произведения искусства. В ослепительно белых интерьерах все перемешано: индийская скульптура соседствует с полотнами Фрэнсиса Пикабиа, офорты Рембрандта — с рисунками Анри Матисса, китайская керамика — с объектами Ива Кляйна. И ни одной этикетки ни под одним произведением! Даже для меня, человека с искусствоведческим образованием, разобраться, кто есть кто, было непростой задачей. Планы экспозиционных павильонов причудливы, залы не нумерованы, в них легко заблудиться, на что, похоже, и рассчитывали, судя по названиям «Улитка» и «Лабиринт». Однако и здесь Мюллер непоследователен: создавая умопомрачительный винегрет из эпох и стилей, он одновременно выносит в отдельную «оранжерею» часть коллекции кхмерской скульптуры и строит две галереи для произведений своих друзей-соратников — Эрвина Хеериха и Норберта Тадеуша.

Можно предположить, что чудак-коллекционер не экспонирует собрание, а использует его как строительный материал для собственного произведения, именуемого музеем. Впрочем, ничего подобного Мюллер никогда не говорил. Он вообще долгое время воздерживался от комментариев по поводу своего замысла, полностью передав дискуссионную площадку в руки соратников и противников. А последних — не сомневайтесь — было немало, особенно в первые годы существования музея. Вокруг бушевали споры, а Мюллер в течение двадцати лет уклонялся от общения с прессой, на прямые вопросы отвечал односложно и крайне невнятно, а информацию о музейных мероприятиях распространял в основном через знакомых.

К двадцатилетию музея (2002) Мюллер разговорился: начал давать интервью и публиковать собственные статьи про Инзель Хомбройх. Но и здесь не внес особой ясности. Его тексты напоминают стихотворения в прозе, где автор пишет об острове как о Прекрасной Даме (в немецком языке слово «остров» женского рода):

Она рождает, скрепляет, поддерживает, служит и реализует.

Она не должна, но может.

Она не «или — или», но «и — и».

Она ежедневно бросает вызов каждому.

Она не мужчина и ведет охоту на накопительство, власть и публичность.

Ну что тут скажешь? Вместо того чтобы хоть что-то объяснить, Карл-Генрих продолжает творчески самовыражаться.

Как известно, новое — это хорошо забытое старое. При всей кажущейся инновационности действий Мюллера в них слышны отголоски давних споров о природе музея. На теоретическом уровне существуют две модели музея: просветительская и гедонистическая. Первая направлена на обучение и воспитание зрителя, вторая ориентирована на медитацию и эстетическое наслаждение. На практике большинство музеев являют собой компромисс между этими системами взглядов. Хотя чисто просветительские музеи встречаются: например, учебные музеи кафедр и факультетов в крупных университетах. А вот гедонистическая модель реализуется исключительно редко. Инзель Хомбройх одно из таких исключений... И пожалуй, самое радикальное.

Искусство в коллекции Мюллера анонимно, как анонимны луга и поля, его окружающие. Зрителю дано просто созерцать, любое знание в таком контексте кажется обременительным. Картины лишены этикеток не потому, что вас хотят заставить отгадывать загадки, а потому, что в рамках гедонистической концепции аннотации не нужны. Это произведение прекрасно, так не все ли равно, кто его автор? И какая разница, нарисовано ли оно или это вид через открытую дверь? Смотри, слушай пение птиц и журчание воды... Очень скоро эта игра затягивает и ты чисто забываешь о том, что в музее положены этикетки.

Жилой музей

Если «Павильон Граубнера» удивлял отсутствием произведений Граубнера, то «Дом Анатоля» полностью оправдывает ожидания. Скульптор Анатолий Херцфельд буквально наводнил парк своими творениями из камня и металла. По мере приближения к «Дому» число скульптур на квадратный метр заметно возрастает. А подойдя к «Дому Анатоля Херцфельда», вы обнаруживаете самого Анатоля Херцфельда. Вполне живого и даже занятого каким-нибудь делом. В моем случае он сидел перед домом и пил чай. Оказывается дом Анатоля не название павильона, а реальный жилой дом скульптора.

В этой связи позволю себе маленькое лирическое отступление. Я сам много лет был сотрудником музея. И на вопрос: «Где вы работаете?» — нередко задаваемый при знакомстве, я на законном основании отвечал:

«В Третьяковской галерее». Частенько на это собеседник понимающе кивал: «Так вы художник!» Складывалось впечатление, что, по мнению большинства граждан, художники работают в музеях. А возможно, там и живут... Это представление о музейной жизни всегда казалось мне весьма далеким от реальности, и я никак не предполагал, что увижу нечто подобное в натуре. Но как говорится: «Век живи...»

На территории Инзель Хомбройх есть несколько зданий, где постоянно живут и работают художники и поэты. Некоторые из них поселились там сразу после приобретения Мюллером участка. Бывший амбар перестроен Эрвином Хеерихом в помещение для выставок и музыкальных концертов. Фестивали современной музыки, так же как и литературные чтения, еще одна составляющая жизни музея. В качестве дома творчества используется Розовый дом — первоначальное усадебное здание, построенное в 1816 году. В отличие от бывшего полицейского Анатоля, который любит в хорошую погоду выйти из домика и произнести какую-нибудь сентенцию или поработать на глазах у всех, обитатели ателье и Розового дома не стремятся общаться с посетителями и переносить свои творческие лаборатории в публичное пространство. Такое в Инзель Хомбройх тоже возможно: здесь каждый живет и творит, как ему хочется. Но присутствие всех этих людей ощущается...

В поисках утраченной простоты

Своего апогея идея наслаждения простотой достигает в бесплатном музейном кафе. Его меню есть смысл привести полностью: картофель в мундире, смалец (топленое сало с жареным луком), крутые яйца, традиционное немецкое яблочное пюре, крестьянский хлеб с семечками и изюмом, вода, чай, кофе. То есть самая неприхотливая, натуральная пища. Однако после многочасовой прогулки вся эта снедь поедается с громадным удовольствием. Вообще, если парк и павильоны Инзель Хомбройх кажутся пустыми, то в кафе жизнь бьет ключом. Часть посетителей явно начинает знакомство с прекрасным именно отсюда. Можно заглянуть в кафе и в середине маршрута, оно находится в самом центре музейной территории. Возможно, такое местоположение тоже форма проявления гедонистических идей Мюллера. Не самая плохая, по-моему...

Арт-конверсия

Кульминационной точкой развития острова стал 1995 год, когда была куплена и присоединена к музею заброшенная территория бывшей ракетной базы НАТО (база закрыта в 1989 году). Тем самым проект «Инзель Хомбройх» приобрел еще и антимилитаристскую направленность.

В блестящих дюралевых ангарах и высокой дозорной башне расположились поэтические лаборатории и художественные мастерские. Территория украсилась скульптурами, среди которых выделяется (как минимум размером) 14-метровое творение Эдуардо Чиллиды. Выстроено новое здание Международного института биофизики, выросли коттеджи для архитекторов и художников, и, наконец, по проекту японца Тадао Андо построено великолепное здание Фонда Ланген. Осенью 2004 года в нем открылся музей, где разместилось художественное собрание семьи Ланген (модернизм и японское искусство).

Все вместе это называется «Культурно-рабочее пространство Инзель Хомбройх». Когда Мюллер впервые отправился осмотреть купленную им ракетную базу, у бывшего КПП его встретил огромный плакат со словами «Внимание! Охраняемая военная зона!», длинным перечнем того, чего нельзя делать за 50 м от ограды, за 100 м от ограды, и категорическим запретом на фотографирование и «любую другую съемку». Как ни странно, именно этот плакат, вошедший позднее во все буклеты и каталоги Инзель Хомбройх, заложил концептуальные основы развития территории. Теперь на ракетной базе все разрешено. Главный принцип здесь — открытость, поэтому доступ на базу круглосуточный, нет никаких часов работы. Это место, в которое человек может прийти в любое время, чтобы творить. Мюллер называет эту концепцию «культурной лабораторией».

И еще одна показательная деталь. Понятно, что легче всего было бы отнестись к присоединенной территории просто как к земельному участку с несколькими постройками. Мало ли что тут было раньше. Перепахать и забыть! Но не таков Мюллер. Он и его «команда» работают с попавшим им в руки материалом в постмодернистском духе: радикально изменив смыслы, они сохранили и постоянно обыгрывают военную топонимику. Похоже, все получают отдельное удовольствие от того, что официальный адрес Музея Ланген: «Ракетная база Хомбройх, д. 1». Конечно, в основе здесь лежит программная установка: мы не хотим делать вид, что никогда не браjali оружием и всегда были миротворцами, мы не будем писать свою историю заново. Мы проведем «арт-конверсию». Наш девиз: «Вместо работы на войну, работа на культуру!»

Самопознание духа

Карл-Генрих Мюллер — фигура уникальная. Конечно, Европа знавала и меценатов, именами которых названы музеи крупных городов, и фанатичных собирателей, способных отдать последнее для пополнения коллекции. Но к примеру, Музей Людвига в Кельне и Музей Леопольда в

Вене были построены городскими властями, а вовсе не Людвигом или Леопольдом. Собрать коллекцию, выстроить для нее музейное здание и, «обвязав ленточкой», подарить городу — это скорее по-американски, чем по-европейски.

Но Мюллер не укладывается и в американские стереотипы. Его явно интересует не создание имиджа, а чистая идея (в духе немецкой классической философии). В отличие от американских донаторов, чьи имена в бронзе и мраморе красуются на каждой стенке облагодетельствованных музеев, имя Мюллера не упомянуто даже в буклете для посетителей (не говоря уже о полном отсутствии табличек). Необычно и то, что Мюллер создавал Инзель Хомбройх не на прибыли. Он отошел от риэлтерской деятельности и вложил *весь* свой капитал в расширение острова.

В 1996 году деньги кончились... Тут-то и наступил момент преподнести подарок родной стране. Неунывающий Мюллер организовал общественно-некоммерческий фонд «Инзель Хомбройх», владельцами которого являются Земля Северный Рейн-Вестфалия, город Нойс и округ Нойс. А сам остался председателем попечительского совета Фонда, главным генератором идей и двигателем всех начинаний.

Говорят, что у Мюллера всего один приличный костюм, что он занимается восточной гимнастикой и медитацией, никогда не смотрит телевизор и не читает газет. Но дела ведет очень грамотно: вокруг музея стоит постоянный стон и причитания, что денег нет, что «Земля» поддерживает последний год, что не сегодня-завтра общественность лишится своего «земного рая», а тем временем в парке идут необходимые работы, на «ракетной базе» бодро крутится строительная техника, к коллекции только что присоединилось собрание семьи Ланген. Кроме того, фонд «Инзель Хомбройх» выдает стипендии литераторам (на это средств почему-то хватает).

Инзель Хомбройх нарушает все возможные правила и установления. Роскошный парк не является заповедником. В музее нет охраны и не соблюдается температурно-влажностный режим. Экспозиции представляют собой невообразимый салат из кхмерской скульптуры, персидских терракот, китайских бронз эпохи Мин, произведений Матисса, Арпа, Бранкузи и современных дюссельдорфских художников. Музей не стремится увеличивать число посетителей и публикует материалы о себе исключительно на немецком языке. Но при этом продолжает дружить с художниками, приглашать авангардных поэтов, устраивать замечательные концерты, фестивали и спектакли.

В 2004 году известный американский журнал «Art News» поместил подборку материалов с интригующим названием «10 топ-музеев, о которых вы ничего не слышали». Одним из десяти оказался Инзель Хомбройх.

*Е. Галкина***«Забытый» посетитель**

В условиях «капитализма с человеческим лицом» (хочется верить, что когда-нибудь в России он станет именно таким) не менее, а, возможно, и более важно проявить интерес и внимание к тем людям, которые пока размыты в безликом пространстве «взрослые посетители», а именно к пожилым людям. Пока же эту категорию логичнее всего назвать «забытым» посетителем. Кто он, чего ждет от музея, зачем приходит в него (или почему не приходит), что музей может получить в обмен на свое внимание к этой пока не слишком востребованной категории, каковы механизмы включения его в состав музейной аудитории. Эти проблемы представляются весьма актуальными, в первую очередь в общечеловеческом, гуманистическом аспекте. В то же время в условиях рынка такой поворот должен быть не только социально, но и экономически выгоден музею.

Мы все когда-нибудь станем пожилыми людьми: пенсионерами, стариками — и это нас объединяет. Уж сколько раз твердили миру, что общество оценивают по его заботе о детях и стариках. Как сегодня мы относимся к старикам — так потом отнесутся последующие поколения к нам. Само понятие «отношение к старикам» имеет свои исторические, политические, социально-экономические, культурные и этические различия. Когда-то физически слабых и утративших способность обеспечивать себя пропитанием стариков попросту убивали или изгоняли — они были обузой, мешающей сообществу выжить. Хочется верить, что эта стадия взаимоотношений поколений с приходом цивилизаций канула в Лету навсегда. Со всеми благами цивилизации общество создало один, возможно, не самый престижный институт — музей. Не являясь самым значительным, он иногда способен реально помочь человеку выжить¹.

Музейные акции для пенсионеров, забота, внимание к ним, их востребованность со стороны музея как общественного института (как, впрочем, и государства в целом) нужны не только им, но и всему обществу. Музеееды-специалисты отмечают также, что к началу третьего тысячелетия возрастет роль музеев и наряду с традиционной ориентацией на детскую и подростковую аудиторию особое внимание будет обращаться именно на взрослого, пожилого посетителя, что потребует акцентировать внимание на изучение его запросов с целью разработки специальных социокультурных проектов и программ².

¹ Об этом читатель может прочесть в той части сборника, которая озаглавлена «Музей в художественной литературе». См. раздел «Мой музей», в частности отрывки из произведения Г. Успенского и Э.М. Ремарка.

² Музеи XXI века: Доклад, подготовленный Американской комиссией по музеям будущего // Информационный бюллетень Советского национального комитета ИКОМ. — М, 1989. — № 3.

Зададимся теперь вопросом: в чем нуждается сегодня пожилой человек — личность под кодовым названием «пенсионер», нужен ли музей ему; может ли он что-то сделать для этой личности и нужна ли она самому музею?

Портрет потенциального посетителя-пенсионера: взгляд социолога

Обратимся к данным социально-психологического исследования «Российский горожанин конца 1990-х: генезис постсоветского сознания». Частью этих исследований являются материалы углубленного интервью Всероссийского Центра исследования общественного мнения с двадцатью москвичами и саратовцами в конце 1990-х годов. Целью этого исследования было выяснить социальное самочувствие респондентов, их представления о собственных жизненных возможностях, правах и обязанностях, уровень и содержание их социальной активности, восприятие ими существующих общественных порядков. Среди респондентов представлены равные доли мужчин и женщин, людей разных возрастов, от студентов до пенсионеров, людей разных профессий и уровня образования. Для нас, во-первых, важно, что выборка была социально ограниченной по горизонтали: все респонденты принадлежат к так называемым «рядовым людям». Среди них нет крупных и средних предпринимателей, политиков, чиновников высокого ранга — словом, представителей экономических, политических или каких-либо еще «элит». Условно их можно отнести к «низшему» и «среднему классу». Во-вторых, важным нюансом проведенных интервью является то, что ее респонденты — горожане (жители столицы и одного из крупных поволжских городов). Обратимся к выявленной специфике социально-психологического, культурного и политического облика горожанина-пенсионера.

В материалах глубоких интервью важно то, что человек сам говорит о себе, о своих переживаниях, позициях, а это позволяет оценить личностный смысл, который имеют для людей те или иные факты жизни, к которым и должен, по сути, оперировать музей.

Социологи утверждают, что 70 % процентов россиян обнаруживают более или менее выраженное состояние социальной тревожности. Свои страхи и беспокойства они напрямую связывают с социально-экономической ситуацией, реформами, с нестабильностью общества. 67 % россиян испытывают страх перед нищетой — «по сравнению даже с Америкой. Там для гражданина делается гораздо больше, если он попадает в беду, чем у нас. Здесь... как в лесу, выживаешь сам по себе»³.

³ Дилигенский Г.Г. Российский горожанин конца девяностых: генезис постсоветского сознания (социально-психологическое исследование). — М., 1998. — С. 40.

Исследование показало, что большая часть пенсионеров живут бедно и удовлетворяют свои культурные и досуговые потребности в основном на уровне телевизора. Любые иные духовные и досуговые потребности личность вынуждена ограничивать: многие люди не имеют возможностей покупать книги, посещать театр, ездить на отдых, приглашать гостей. Проблема адаптации к потоку бурных экономических и социальных перемен конца 1980—1990-х годов — центральная в жизни постсоветского российского индивида. Тотальная коммерциализация сферы человеческой жизни в условиях весьма низкого жизненного уровня основной массы населения резко усиливает массовое ощущение социальной незащищенности и несправедливости, настроение тревоги, страха, отчуждение людей от социальных институтов. Л.В. Корель, автор фундаментальной теоретической работы по социологии адаптаций, пишет: «Современная общественная ситуация в России характеризуется колоссальной инверсией базовых принципов социальной организации общества, вовлекшей буквально все слои населения в адаптивный и дезадаптивный процессы...»⁴.

Свою жизнь в сегодняшней России пожилые люди воспринимают как тяжелую, но готовы терпеть — «пусть бы только не было хуже», «пока здоровье есть, можно терпеть». Одна из респонденток, отвечая на вопрос, пишет: «Лишь бы не сойти с ума. Потому что, когда ложишься спать, начинаешь думать: деньги, деньги, где их взять?.. Я постоянно думаю, где найти себе применение, потому что на пенсию тоже жить нельзя». Материальные трудности не воспринимаются, однако, в чрезмерно трагических тонах, низкий жизненный уровень оценивается скорее как препятствие к удовлетворению духовных и досуговых потребностей.

На этом фоне часть пенсионеров с явно низким уровнем доходов далеки от настроений безнадежности и отчаяния и даже испытывают умеренный оптимизм. Это объясняется факторами личностного психологического ресурса, мобилизуемого индивидом и образующего защитный механизм против стрессового воздействия жизненных трудностей и тревог, обеспечивающего человеку минимальный уровень душевного равновесия.

В вышеозначенном исследовании выявлено несколько типов пожилых людей (пенсионеров):

1. *Пенсионер-интеллигент*. Человек мыслящий, начитанный, общественно активный. Основа неудовлетворенности — низкий жизненный уровень, который лишает возможности пойти в театр, поехать в отпуск и пр. В собственной жизни его больше всего не устраивает необходимость

⁴ Корель Л.В. Социология адаптаций. Этюды апологии. — Новосибирск, 1997. — С. 6—7.

отдавать почти все силы и время простому выживанию: поиск и покупка дешевых товаров, возможных источников материальной и духовной помощи. Конфликт между высоким уровнем личностных запросов и реальным бытием, между социальными ожиданиями и постсоциалистической действительностью — едва ли не самый сильный фактор его социального самочувствия. «Россия — страна, в которой можно забыть о законности, о морали... Как можно жить, когда такая бездуховность в обществе... У кого денег больше, у того и правда»⁵.

Склонность к морально-ценностной рефлексии — черта национального характера. Ее закрепляет довольно высокий образовательный уровень ряда массовых слоев российского общества (в том числе и пенсионеров), а также весьма активное педалирование темы «бездуховности» в российских СМИ. В этой ситуации первостепенное значение приобретают личностные механизмы адаптации: коммуникативность, сила духа, активность личности, чувство профессионального достоинства (работа с людьми и для людей, осознание социальной полезности и необходимости труда), а также интерес к самому труду и, наконец, семейная ситуация (ориентация на семью, на благо детей). Важную роль продолжают играть пресловутое русское терпение и свойственная людям социалистической формации общественная активность. Пенсионер-интеллигент ощущает себя хранителем и распространителем знаний, культуры, что укрепляет его самосознание и чувство социального достоинства, становится фактором психологической устойчивости. Этот тип, по сути, является основным потенциальным партнером музея. Для него музей — важная отдушина духовной самореализации.

2. Пенсионер-рабочий. Для него характерны «необремененность» культурой и «высшими запросами». За пределами домашнего быта и семьи его интересы вращаются вокруг «телика, сериалов, футбола, кружки пива». Такой тип образа жизни и уровня потребностей носит массовый характер в любом современном обществе и нередко образует основу социальной стабильности. Элементарная материальная обеспеченность «снимает» проблему самоутверждения. Однако скромность статусных и культурных запросов отнюдь не равнозначна в данном случае бедности интеллектуального мира личности. Достаточно высокий образовательный уровень современного горожанина плюс окружающая его насыщенная и достаточно сложная по своей структуре информационная среда (СМИ, межличностная коммуникация) пробуждают умственные интересы, активизируют интеллектуальную жизнь людей.

⁵ Дилигенский Г.Г. Указ. соч. С. 14.

Этот тип пожилого человека также потенциальный посетитель музея, для которого он в первую очередь информационный центр, помогающий в том числе разобраться в его праве на определенный уровень материальных благ, льгот и субсидий; и конечно, музей такого человека — место семейного досуга, клубных встреч.

Итак, пенсионер ощущает себя в материальном плане скорее бедным человеком, оценивает политические институты и состояние общества преимущественно в негативно-критических тонах и в то же время хочет ощущать себя активным субъектом общественных процессов. «Постматериальные ценности» — традиционный слой ценностного сознания. Практическая адаптация (минимальная материальная обеспеченность, положение выше порога бедности за счет дополнительных случайных заработков, собственного огорода), т.е. адаптация «по методу выживания», не обеспечивает адаптации психологической: вынужденная необходимость «вертеться» препятствует общественной самореализации и удовлетворению духовных потребностей людей пожилого возраста. Только общественная активность, ее результаты и вера в собственные возможности воздействовать на социальную действительность могут стать главным адаптационным механизмом, порождающим высокий уровень удовлетворенности личности.

Социологи утверждают, что для пожилых людей весьма актуальна потребность «посильного вклада», ощущение своей нужности как в семейной, так и в общественной жизни. Одной из возможных территорий реализации этих потребности может стать музейное пространство.

Музей и старики: точка зрения молодежи

Необходимость изменить отношение музея к людям пожилого возраста ощущается и теми, кто еще очень не скоро перейдет в категорию пожилых людей.

В ноябре 2004 года в Москве проходила VIII Всероссийская олимпиада по школьному краеведению. Одним из этапов конкурса было написание творческой работы на предложенную тему. На секции «Этнография» такой темой стала «Музей и люди пожилого возраста».

Юные этнографы непосредственно работают с информаторами, большая часть которых — пожилые люди. Кроме того, частые гости школьных музеев — ветераны войны и труда, пенсионеры. Что может дать музей этой категории посетителей, чем они могут быть полезны музею и в каких формах может вестись диалог юного поколения со стариками? На все эти вопросы конкурсанты попытались дать ответ в своих творческих работах. Каждый решил этот вопрос по-своему, кто-то только на примере

личного опыта и своего школьного музея, кто-то сумел посмотреть на проблему шире и глубже. Коллективный разум представителей молодого поколения дал очень интересный срез, осветил многие проблемы, которые ставятся сегодня музееведческой наукой. Одну из творческих работ юных краеведов позволим себе привести почти полностью.

«Мы ведем свой репортаж из Всероссийского музея декоративно-прикладного искусства. Весь двор вокруг здания заполнен толпами пенсионеров. Сюда стекаются старики со всей Москвы. Бабушки и дедушки повсюду: кто сидит на скамеечках, кто на стульчиках, а кто вообще обзревает происходящее, высовываясь из окон близлежащих жилых домов. Что же здесь происходит? Откуда в музей появилось такое количество бабушек и дедушек? Что могло объединить эти два антипода — музей и людей пожилого возраста? Давайте лучше спросим у них самих.

Вот как раз проходит один замечательный дедушка! «Здравствуйте, я корреспондент местного телевидения. Не могли бы вы объяснить, что здесь происходит?» — «Если честно, я сам толком не понял. Жена моя, Петровна, прибежала сегодня от Тимофеевны утром и говорит: «Поехали-ка, дед, в музей. Сегодня там что-то необычное для нас будет. А главное — бесплатно!» — «Понятно. Спасибо большое, дедушка!»

Все равно ничего не понятно. Ясно только одно, что билеты в музей для стариков сделали бесплатными. Но разве только из-за этого здесь собралось столько народу? Что-то здесь не так. А вот как раз и пританцовывающая бабушка навстречу. Давайте поинтересуемся у нее.

«Здравствуйте, я корреспондент местного телевидения. Не могли бы вы объяснить, что здесь происходит?» — «Не шей ты мне, матушка, красный сарафан... Ой, ты милая моя, спою тебе сейчас. Мои песни теперь пойдут на выставку в музей! ...Не пускай, родимая, сватов во дво-о-о-р... Ла-ла-ла-ла...» — «Спасибо, бабушка, вы замечательно поете!»

Понятно. В музее открыта выставка творчества пожилых людей. Выставка как возможность и на людей посмотреть, и себя показать, бесплатные билеты, но мне кажется, что и этого недостаточно для того, чтобы привлечь такое количество народа, что-то есть здесь еще. Вижу, что из центральных дверей музея вытекает целая толпа старичков. Они уже, видимо, побывали внутри и сейчас спешат на улицу. Вот какой-то дедушка с палочкой отстал от толпы.

«Здравствуйте, я корреспондент местного телевидения. Не могли бы вы объяснить, что здесь происходит?» — «Ой, здравствуй, внученька. Тут все так замечательно. По музею ходить не надо: тебя садят в специальную колясочку и везде возят. Прелесть! Я бы со своими больными ногами так все музеи мира обследовал». — «Спасибо большое, дедушка!»

Я, кажется, поняла, что здесь происходит: в музей завезли новое оборудование, позволяющее пенсионерам свободно перемещаться по зданию музея. Но давайте, чтобы быть до конца уверенными в наших выводах, обратимся к директору музея.

«Здравствуйте, я корреспондент местного телевидения. Не могли бы вы объяснить, как удалось собрать в музей стариков со всей Москвы?» — «Ну, во-первых, здравствуйте. Наш музей уже много лет занимается вопросом привлечения пожилых людей в музей. Итак, что же мы могли сделать:

1. Обеспечили бесплатным входом в музей всех пенсионеров.
2. Организуем выставки их работ, творческие клубы мастеров, концерты фольклорной, военной песни, проводим музейные праздники с привлечением всех желающих.
3. Повышаем социальный статус пожилых людей в музее: они нуждаются в нашей, а мы в их помощи.
4. Позаботились об инвалидах и людях очень преклонного возраста, предоставив им музейную технику — коляски, плейеры».

Итак, дорогие зрители, на примере этого музея мы с вами убедились, что «музей» и «старики» — понятия совместимые! Надеюсь, что многие другие музеи поддержат эти начинания. Ведь старики — это наша гордость, мы должны думать и заботиться о них. Спасибо за внимание. С вами была Момзикова Мария, корреспондент местного телевидения. До скорых встреч!»⁶

Собранные воедино, творческие работы детей-участников Олимпиады представляют и личность пожилого человека в музее, и личность самого молодого человека — юного музейоведа. Они весьма точно обозначили как частоту, так и причину редкого обращения пожилого человека в музей.

Обратимся к другим их высказываниям: «Большинство старых людей не интересуют музейные экспонаты, они «отсиживают» дома и увлечены страстями бразильских сериалов. Нам, поколению «пехт», следует задать вопрос: «Чем можно привлечь этих людей в музей?»; «У нас в России очень редко встретишь пожилых людей в музеях: выйдя на пенсию, многие продолжают работать, чтобы заработать на хлеб, лекарства»; «Иногда причиной редкого посещения является дороговизна дороги до музея (в сельской местности). Выход — школьный музей в селе»; «Две основные причины редкого посещения стариками музея: нехватка денег

⁶ Творческая работа Марии Момзиковой из г. Дудинка // Архив VIII Олимпиады по школьному краеведению: Творческие работы участников олимпиады на тему «Музей и люди пожилого возраста», секция «Этнография». — М., 2004.

и времени, а еще они, наверное, стесняются»; «Музеи рассчитаны на людей среднего возраста и детей, а для пенсионеров ничего нет»; «В основном нынешнюю молодежь не интересует культурное развитие людей пожилого возраста, в том числе привлечение пенсионеров в музей».

В этих высказываниях четко обозначен ряд основных причин редкой посещаемости музеев пенсионерами. Наши старики — «невыгодный» для музея посетитель?

Как уже говорилось, мы представляем материалы представителей юного поколения, активно работающих со старожилами. Вот как они оценивают людей пожилого возраста и их значение для музейной работы: «Пожилые люди сами как живой музей», «Я и мои сверстники общаемся со стариками и просто рады, что эти люди существуют, потому что это история, наша история, которая живет рядом», «Мне кажется, что музей посещает совсем мало людей пожилого возраста. Но почему? Ведь им это очень нужно: они сами являются и частью прошлого, и частью настоящего. Что надо сделать, чтобы привлечь стариков в музей?»

Следующий корпус мнений дает представление о том, что, по мнению молодежи, следует сделать в музее для пожилого посетителя.

Молодые люди из самых разных уголков нашей страны⁷ утверждают, что «представление о музее как обители тишины и редкостей безнадежно устарело», а потому они сумели, на наш взгляд, определить очень важный вектор развития современного музея: «Людам интересно услышать и рассказать в музее о самих себе»; «Каждый человек является отдельным, не изученным до конца миром. Мы живем для того, чтобы узнать об этом мире что-то новое»; «Старикам требуется общение, внимание к ним близких и государства»; «Если все музеи обратятся к проблеме пожилых, дадут им ощущение «ухаживаемой старости», то никто не сможет одолеть нас духовно. Мы, Россия, всегда будем молодыми, здоровыми, красивыми».

Итак, выявлена одна из актуальных тем разделов музейной экспозиции по современности, которую можно обозначить «Наши старики». Пусть героями ее будут те, кто живет рядом — наши бабушки и дедушки, их биографии, артефакты их жизни. Собранные вместе, они дадут весьма

⁷ В работе секции «Этнография» участвовали Бектурбаева Виктория, 9 кл., Республика Калмыкия; Белов Сергей, 10 кл., село Архангельское, Вологодская обл.; Бычкова Яна, 11 кл., г. Белгород; Гудаева Марина, 11 кл., пос. Малая Сердоба, Пензенская обл.; Дворяшина Татьяна, 9 кл., г. Ноябрьск, Ямало-Ненецкий АО; Исказиева Анастасия, 11 кл., г. Дудинка, Таймыр; Коскова Варвара, 11 кл., пос. Андег, Ненецкий АО; Лабудова Ольга, 11 кл., пос. Саваслейка, Нижегородская обл.; Любива Александра, 11 кл., г. Белгород; Марасанова Вероника, 9 кл., г. Рыбинск, Ярославская обл.; Минаева Арузат, 11 кл., аул Эдельбай, Ставропольский край; Момзикова Мария, 11 кл., г. Дудинка, Таймыр; Попова Елена, 11 кл., пос. Демино, Ставропольский край; Пыжова Александра, 11 кл., пос. Андег, Ненецкий АО.

интересный срез прошлой и сегодняшней жизни. Еще интереснее будет, если добровольными экскурсоводами этого зала станут некоторые из них, и они сами расскажут о дорогих их сердцу вещах, письмах, фотографиях, событиях, о том, каково сегодняшнее их житье-бытье.

Из наиболее интересных предложений авторов творческих работ «Музей и люди пожилого возраста» можно выделить следующие: «Музеям необходимо проводить социологические исследования, чтобы узнать, что нужно пожилым людям»; «Для того чтобы привлечь пожилых людей в музей, нужна разъяснительная работа — реклама. Нужно создать условия для диалога с этими посетителями, т.к. им важно выговориться, важно, чтобы их слушали с уважением и пониманием». Необходимо, по мнению молодых музееведов, «отражать в музейных выставках финансовое положение стариков, обеспечить бесплатное посещение, малые цены на билеты для пенсионеров», «освещать вопросы здравоохранения, что делается для людей пожилого возраста, в чем они нуждаются, давать информацию об их правах в получении льгот на лекарства», «создавать в музее благоприятную, человеческую, доброжелательную обстановку, которая поддерживала бы их, помогала развеять грустные мысли». В экспозиции «должны быть удобные зоны отдыха: сиденья, столики — обстановка для общения», «надо ввести усовершенствованную форму экскурсий для пожилых людей, чтобы не надо было все время стоять, витрины на вращающихся подставках и кресла, столики, чтобы было время спокойно посмотреть, подумать и отдохнуть». Для тех, кому трудно добраться до музея, «нужно организовывать выездные выставки «на дом» (в учреждения социального обеспечения, ДК и пр.)».

А вот предложение, которое давно уже практикуется на Западе: «На базе крупных музеев нужно создать подобие санаториев, пансионатов, где старики могли бы не только приобщиться к культурному наследию, но и подлечиться, отдохнуть душой. В таких пансионатах все должно быть устроено по-старинному — интерьер, утварь. Музей является организатором музейных праздников, коллекционируя предметы молодости стариков; устраивает выставки — «минуты счастья»; «проводит вечера творчества, поэзии, дискотеки для пожилых». «Предлагаю для стариков организовать музейный клуб «В кругу жизни». На основе работы клуба снять фильм — сюжетный прошлой жизни. Хочется, чтобы работа была совместной — и пожилые люди и молодежь». Один из участников олимпиады предлагает устраивать в музее «конкурсы и кружки мастеров, где пожилые люди могли бы не только показать свое мастерство, но и заработать — продать изделия в музейном магазине. Молодые предлагают организовывать вечера встреч «Чтобы не прервалась живая нить» (старики и

дети)». «Надо, чтобы во время экскурсий происходило взаимодействие этой категории посетителей с экспонатами — они могут лично показать, как использовать тот или иной предмет, как правильно носить костюм, как готовить пищу и т.д.». «Следует привлекать пожилых людей в роли экскурсоводов (волонтеров). В этой роли могли бы выступать знатоки-краеведы, ветераны войны, собиратели-коллекционеры, народные мастера, пенсионеры-учителя и просто интересные люди. Это было бы здорово!»

Удивительно, но учащиеся 9—11 классов очень точно и объемно сумели проанализировать проблему и во многом подтвердили мнения социологов. Кроме того, они высказали массу интересных идей, предлагаемых музейоведами и музейными практиками, и даже творчески развили их.

Как проблема «пенсионеры и музей» решается специалистами

Обратимся теперь к тому, что уже наработано музеями, и попробуем вкратце очертить ситуацию с точки зрения специалистов-теоретиков и специалистов-практиков.

Сложившаяся практика работы музеев со взрослым посетителем, а конкретнее — с пожилыми людьми, описана в статье И.М. Коссовой «Музей и образование взрослых»⁸. Заметим сразу, что уже в самом названии статьи сделан основной акцент — музей пытается *образовывать* наших стариков. Для этого он использует, как правило, традиционные формы работы с посетителем: абонементы, лекции, лекторий, экскурсионные циклы и др. Отметим только, что все вышеперечисленное относится преимущественно к пассивным формам включения пенсионеров в жизнь музея. По-прежнему популярны лектории «выходного дня», которые являются традиционной формой семейного досуга (родители и дети, бабушки и внуки); музейные акции (фольклорные праздники, фестивали, дни ремесел), приуроченные к традиционным профессиональным и государственным праздникам. Рассматривая музей как хранителя уникальных памятников народного мастерства и традиций, музейщики видят еще одну «лакуну» для пожилых посетителей музея — организация студий, школ народного мастерства, где народные умельцы делятся секретами мастерства и обучают желающих научиться вышивке, плетению, резьбе, ковке, лепке. Роль музея в приобщении пожилых посетителей к постижению корней и истоков традиционной культуры популярна не только в сельских регионах, богатых художественными промыслами. Горожане также с удовольствием собираются в музей и обучаются ткачеству,

⁸ Коссова И.М. Музей и образование взрослых // Культурно-образовательная деятельность музеев: Сборник трудов творческой лаборатории «Музейная педагогика» / Сост. И.М. Коссова. — М., 1997. — С. 39—53.

вышивке, лоскутному шитью и другим ремеслам. Весьма перспективным можно считать направление, где такие занятия проходят не по возрастному делению, а объединяют культурно-образовательный досуг семьи.

Программы «Музей и семья», «В музей всей семьей» и т.п., включающие разные виды и формы работ с семейным посетителем, кроме задачи *обучить*, имеют еще и сверхзадачу — *объединить* детей и родителей, детей, бабушек и дедушек в залах музея, на музейных занятиях и праздниках для совместного проведения досуга и общения.

В ряде музеев создаются клубы, любительские объединения, общества любителей музея, основной состав которых — взрослые: люди разного возраста и профессий, объединенные одним и тем же интересом или потребностью в культурном досуге. Разрабатываются положения (уставы) таких обществ-клубов, программы, планы мероприятий и т.д. Спектр интересов весьма значителен и разнообразен. Это могут быть клубы краеведов, любителей музыки, литературы, живописи, любителей кактусов, садоводов и т.д.

Итак, многие музеи России с той или иной степенью успешности и масштабы осуществляют культурные программы, подразумевающие участие в них людей пожилого возраста. Однако в целом разработка культурных проектов и программ для них только еще начинает осознаваться как актуальное направление деятельности.

Охарактеризовав общую картину, остановимся на опыте всего лишь одного конкретного музея — Коптеловского музея истории земледелия и быта крестьян (с. Коптелово, Алапаевский р-н, Свердловская обл.). Причину особого внимания к этому музею, возможно, объяснит следующее, близкое позиции автора высказывание ее директора Л.Ф. Русакова: «Последнее десятилетие в жизни наших музеев в области музейной педагогики прошло под девизом: «Все лучшее — детям!»... Сегодня специалисты отмечают, что, кажется, незаслуженно отодвинута или замалчивается проблема работы музея с ветеранами, пенсионерами, людьми пожилого возраста — теми, кто долгие годы строил, воевал, восстанавливал, работал и терпел, потому что так нужно было стране. Мы понимаем, что музей — это зеркало, где отражаются все наши успехи и недостатки. Совершенно очевидно, что отношение к пожилым людям в стране как к выжитому и «отработанному» человеческому материалу в какой-то степени отразилось и в градусе внимания музеев к старикам. Долгие годы мы привыкли быть суровыми прагматиками, забывая, что старость — неизбежный итог прожитой жизни, и наше отношение к старикам будет в недалеком будущем нашей собственной судьбой»⁹.

⁹ Русаков Л.Ф. Музей между прошлым и будущим. Музейная педагогика: программы, идеи, опыт. — Алапаевск, 2002.

Очень показательно, что наиболее яркие примеры опыта музейной работы с пожилыми людьми возникают отнюдь не в крупных центральных музеях, а в провинции, небольших городских и сельских музеях. Здесь пожилой человек наименее растворен как член местного сообщества, на первый план выходят не коммерческие, а морально-этические ценности. Опыт Коптеловского музея важен потому, что здесь очевидна специфика работы с пенсионерами. Пожилые люди—члены местного сообщества, обогащенные жизненным опытом, житейской мудростью, сами живые памятники истории, носители исторической информации и культуры прошлого. Это трудная, наиболее сложная, разрозненная, неоднородная, с тонкой эмоциональной системой аудитория. Коптеловский музей решил, что музей призван стать для нее пространством общения, причем польза и выгода, о которых мы так привыкли заботиться, здесь может быть обоюдной. Два раза в месяц музей в распоряжении ветеранов. Здесь они могут высказать свою боль и обиду — это тоже важно: нужно дать людям возможность высказаться, подсказать пути для решения тех или иных проблем, дать возможность избавиться от ощущения второсортности. Постепенно у музея, ведущего такую работу, складывается стабильный коллектив друзей и помощников — активных участников подготовки праздников и выставок, глашатаев музейных акций, собирателей музейных коллекций. Понимая, насколько психологически трудна проблема расставания людей с трудовым коллективом, музей предложил им включиться в написание истории их организаций и в проведение различных мероприятий по совместной деятельности.

Музей вспоминает о ветеранах не только по праздникам («День пожилого человека», «День Победы» и пр.). Избежать хаотичности и спонтанности помогла разработанная программа «Музей — место общения». Назовем лишь некоторые, наиболее интересные элементы этой программы. Это тематические вечера «Коптеловские посиделки»: «Чтим и помним», «Война через судьбы ветеранов», «Наши земляки», «Человек жив, пока жива память о нем», «Золотые свадьбы», «Музей, согревающий души людей», «Рождественская елка для друзей музея», «Встреча вдов войн» и др.; а также ежегодные фотовыставки ветеранов «Смех и слезы наших детей», «Мама, бабушка и я»; выставки членов Клуба садоводов-любителей: «Заготовки на зиму», «Аптека на грядке»; выставки под девизом «Творчество без границ» (вышивка, кружево, плетение, ткачество, лоскутное шитье, резьба по дереву).

Важно отметить, что специфика работы Коптеловского музея с ветеранами состоит в том, что он идет не от своих коллекций, а от потребностей этой категории посетителей. Сначала рождается замысел, и уже под

него формируются фонды, пишется сценарий, создаются выставки. Во всем этом посильное участие принимают пожилые люди села.

Реализуя свои программы, музей пришел к важному выводу: первоначальная ориентация только на ветеранов не оправдывает себя, наилучший эффект дают совместные встречи ветеранов и детей. Это повлекло за собой отказ от возрастной градации в кружковой работе — занимаются все вместе, от самых маленьких до ветеранов («Старый что малый»). Организуя такую межпоколенную коммуникацию, музей создает основу для общности переживаний, возможности общения, обмена впечатлениями, мнениями, навыками, для создания энергетически эмоционального поля, от которого заряжаются все.

Опыт Коптеловского музея подсказывает, что ориентиром должна служить идея создания программ не только для пенсионеров, а таких, которые находят точки соприкосновения между людьми «третьего возраста» и других возрастов: пенсионеры и молодое поколение, бабушки-дедушки и внуки.

Возможности и перспективы

Хотя, как мы пытались показать, в российских музеях создаются культурно-образовательные программы, клубы, объединения, налаживается коммуникация с пожилыми людьми, это направление музейной деятельности нуждается в акцентировке (и сильной!), потому что пенсионеров в музеях по-прежнему мало, и, кажется, пока возможная «взаимная» любовь еще не состоялась.

Те формы, которые были обозначены, — это лишь верхняя часть айсберга возможностей работы с взрослым населением, его, если можно так выразиться, наименее профилированная часть. Требуется долгая, кропотливая, систематическая деятельность по выстраиванию коммуникативных связей музея со своим «выросшим из школьной парты» посетителем, который является многоликой и весьма разнородной массой индивидуумов. Товары и услуги сферы культуры в целом и в музее в частности предназначены для удовлетворения потребностей «высокого порядка»: самореализации, самоуважения, самоутверждения. Экспертные наблюдения показывают, что недоиспользование потенциала рынков музейного предложения в России вызвано значительным разрывом между потенциальным и актуальным спросом¹⁰.

Музей нужен людям пожилого возраста как средство общения, место, где можно рассказать о самих себе, осознать себя как частицу истории,

¹⁰ Абанкина Т.В. Музейный маркетинг // Основы музееведения / Отв. ред. Э.А. Шулепова. — М., 2005. — С. 438—463.

место проведения комфортного и доступного семейного или статусного досуга, место самореализации, т.к. для них весьма актуальна потребность «по сильного вклада». Музейное пространство — одна из возможных территорий реализации этих потребностей. В постиндустриальном обществе именно сфера досуга становится пространством, где реализуется базовая потребность человека — потребность в общении. Разумеется, что потребность пожилого посетителя в музее как месте специфического общения может быть осознана ими только при помощи самого музея: люди нуждаются в предварительной информации, чтобы спокойно и уверенно себя чувствовать. Музей в своей пиар-стратегии и рекламе должен обеспечивать потребность общества в дифференцированной информации (разработка программ опосредованного обучения взрослых в процессе открытых занятий с детьми (программа «Семейный посетитель»); создание пакета видео- и слайдпрограмм (например, «Музей приглашает добровольных помощников»); специальные музейные буклеты для пенсионеров («Клуб друзей музея», «Старики-разбойники») и др.

Музей нуждается в наращивании своей потенциальной аудитории, значительная часть которой — люди пожилого возраста. Несмотря на то что доля доходов музея от продажи билетов, товаров и услуг потребителям под названием «пенсионер» не должна и не может быть высокой (весь бюджет музея «от посетителя» во всем мире составляет не более 25 %), маркетинговая ориентация на посетителя является ведущей для современных музеев. Для вовлечения людей пожилого возраста в сферу музейных услуг необходимо, во-первых, создать необходимый продукт, во-вторых, сделать его экономически выгодным, в-третьих, довести информацию о его привлекательности до общества. Привлекательность предложений музейного «меню», ориентированного на различные социальные группы, дает возможность «конвертировать» социальную востребованность в финансовые ресурсы, получаемые от других экономических субъектов: фондов, спонсоров, коммерческих и государственных структур. Для установления постоянных отношений музея и этой части его потенциальной аудитории используются стратегия социального партнерства: распространяется система «членства», основанная на участии и поддержке деятельности музеев со стороны физических и юридических лиц. Традиционными формами такой системы членства являются «клубы друзей», попечительские советы, деятельность которых направлена на установление более доверительных «клубных» отношений музея и аудитории.

Сегодня перед музеями, страдающими от нехватки общественных помощников-волонтеров, стоит проблема вовлечения людей «третьего

возраста» в активные формы сотрудничества с музеем. Не секрет, что работники музея из-за нехватки умелых добрых рук часто сами (например, для ведения детских кружков) вынуждены осваивать традиционные народные ремесла: крой народного костюма, вышивку, плетение, вязание и т.п. Они же поют народные песни, выступают в роли сказочников, плясунов, затейников. При выезде музейных работников в экспедиции возникают проблемы при сборе необходимых предметов и информации о них. Во все эти важные дела при соответствующей организационной работе можно вовлечь добровольных помощников музея — пенсионеров. Это может быть организация внештатных корреспондентов музея, школы народных мастеров, участие пожилых друзей музея во многих музейных программах, акциях, праздниках. Как же иначе мы научим наших детей любить и уважать наших стариков, если, по сути, боимся включить их в музейную коммуникацию такого порядка — не в качестве зрителя, а учителя, наставника, мастера, хранителя традиций.

Очевидно, в рамках поставленной проблемы следует приглядеться к возможностям микромаркетинга (включая маркетинг «под заказ»), обеспечивающего комплекс услуг, ориентированных на определенную группу посетителей и удовлетворение ее потребностей в специальных программах музея.

Такая система позволяет создать среду, поддерживающую политику музея, вступать в отношения партнерства с различными структурами — региональными и городскими властями, крупными предприятиями, предпринимательскими структурами, международными партнерами, представителями СМИ, фондами, отделениями социальной защиты населения, общественными организациями. Благодаря этим шагам, возникнет возможность частично нейтрализовать конкурентность внешней среды, а также создания более благоприятной среды внутри самого коллектива музея. Все это, несомненно, повысит имидж музея и сделает более реальной помощь партнеров по реализации программ для пожилых людей.

Для привлечения финансовых средств музей может использовать «корпоративную» маркетинговую стратегию, которая направлена на формирование совместных проектов. Формирование корпоративного предложения идет по пути создания межмузейного сотрудничества, совместных программ с другими организациями и учреждениями, завязанными на работу с пенсионерами (пенсионные фонды, учреждения социальной защиты населения, другие учреждения культуры).

Взаимодополняемость — это базовый принцип доходности организаций, работающих в сфере досуга (музей + туризм, музей + культурные программы, музей + индустрия развлечений, музей + фестивали, культурные

и спортивные события, музей + дома отдыха, пансионаты, санатории, профилактории). Возможности взаимного продвижения и рекламы в открытом информационном пространстве позволяют осваивать и создавать новые перспективные рынки.

Создавая культурные программы «под заказ», музей осознанно пойдет не от своих коллекций, а от потребностей работы с этой категорией посетителя. Одновременно он должен ориентироваться не только на создание узких программ для пожилых людей, но и на создание объединяющих программ. В кружковой работе, занятиях, совместных акциях наилучший эффект дает общность переживаний, возможность общения, обмена впечатлениями, мнениями, навыками, создается повышенное энергетически-эмоциональное поле.

Итак, музей сегодня может стать одним из механизмов практической и психологической адаптации людей пожилого возраста (пенсионеров) к социально-экономическим переменам российского общества, работая преимущественно с конструктивной стороной массового сознания («что делать?»). Позиция музея — это позиция «лидера мнений». Значительная часть людей «третьего возраста», «забытый посетитель», нуждается в более пристальном внимании музея, а тот, в свою очередь, — в их общественной активности, умении и желании быть полезными и значимыми членами общества.

Н. Павлова

Музей «for fun»?

В условиях постсоветскоиндустриального разлома коммуникативная практика музея пошла поперек и мимо традиционных отраслевых стереотипов. При этом стало очевидно, что причина этого явления не подпадает ни под одно из объяснений, даже такое очевидное, как проблема выживания. Происходящая смена коммуникативной модели музея связана с *типом проблем*, обусловленных подвижками постиндустриального контекста.

Этот *тип проблем* не имеет однозначной формулы, он тотально разлит во всех сферах общественного развития, включая культуру. Настоящая статья — приглашение к разговору о тех слагаемых, из суммы которых складывается новый контекст коммуникации музея с личностью «нового культурного потребителя».

Этот контекст задается глобальным переходом от товаропроизводящей экономики к экономике символов и переживаний¹. Не объем материальных благ и услуг, а культурно-символический компонент — гений места, «душа города», неотчуждаемый топос, хронотоп, миф, символ, образ, предание — становятся капиталом и ресурсом развития.

Этот контекст вырабатывает новый подход к человеку: не с точки зрения его экономической ценности и способности к производительному труду, но как самодовлеющей цели и главному фактору развития современного общества.

Этот контекст меняет фокус деятельности организаций культуры с «обслуживания населения» на развитие личности Человека.

Этот контекст превращает модель музейной коммуникации, основанную на монологе, в рефлексивную, основанную на диалоге. Из учреждения музей превращается в институт внутрикультурной рефлексии, из музея-учебника — в музей-зеркало. Его сферой ответственности становится изменение духовной вертикали человека, приращение его внутреннего опыта, расширение жизненных горизонтов и личностных компетенций.

В монологичной модели музейной коммуникации интерпретация представляла собой «монолит», в котором форма и содержание, академическая

¹ «Новые культурные потребители» выбирают все, что может доставить удовольствие... В один вечер они слушают оперу, в следующий идут на рок-концерт или лазерное шоу. Ключевыми нравственными императивами в экономике становятся «Life for fun», «Culture for fun»...» (Абанкина Т. Экономика желаний в современной «цивилизации досуга» [on-line]. Доступно по URL: http://magazines.russ.ru/oz/2005/4/20005_4_1.html [Цит. 6 марта 2007 г.]).

научная информация и символический компонент являли собой единое целое. Эта «монолитная» интерпретация была нацелена на просвещение, основанное на констатирующем знании, непогрешимой методике и принципах исключительно рационального мышления. В ее свете ценности наследия представляли частным случаем общих закономерностей и неоспоримых истин, являясь «типичными представителями», «типичными выразителями», «образцами», «примерами», «документами эпохи».

Такая интерпретация обуславливала тот особый способ коммуникации, который мы привычно называем монологом. Результатом было линейное приращение суммы знаний, которое, нагружая память человека, не переходило в новое качество его личного внутреннего опыта.

Рефлексивная модель музейной коммуникации строится на иных началах.

Для новой коммуникации интерпретация ценностей наследия перестает быть монолитом. Новые коммуникативные практики отделяют «душу» символического компонента от «тела» констатирующей научной информации. «Тело» информации «закладывается» в Информационные центры, киоски, порталы; «душа» капитализируется, воплощаясь в новые проектные идеи, программы, события, туристические маршруты, бренды, конвертируясь в прикладной формат социально-значимых и общественно-привлекательных услуг, стиль жизни, творческие индустрии. Культурно-символические смыслы памятников наследия, утратив прежнюю тяжесть классической рациональности и систематизации, становятся легкими, пластичными, цитатно-фрагментными, мобильными, невесомыми, виртуальными. Тени смыслов, их следы, отражения начинают жить отдельной самостоятельной жизнью в свободном полете конфигураций в пространстве новой синтетической реальности гуманитарного знания.

Открытие нового в вечном-вещном следе наследия, обросшего «бородой» традиционных описаний и стереотипов интерпретации, безусловно, дело «инсайтовое», необъективируемое. Вместе с тем нельзя не признать, что в каждом времени существуют присущие только ему ментальные алгоритмы, задающие специфические ракурсы видения. Музей — тот «великий немой», который опосредованно, нелинейно, через метафору, образ, символ, знак выражает потаенный, «разлитый», неотрефлексированный, не-словесный план общественного сознания — менталитет, который, собственно, и определяет родовую принадлежность к социуму, времени, культуре. Вспомним в этой связи излюбленный пример исследователей менталитета с Робинзоном Крузо, «который, живя

в одиночестве на острове, продолжал ориентироваться на нормы и условия своего прежнего, покинутого им общества» и даже Пятницу воспитывал «как раз сообразно с менталитетом прежнего, оставленного им общества»². От себя добавим: если бы Робинзону пришла в голову мысль создать на острове музей, способ презентации его экспонатов, по всей видимости, носил бы характер познавательно-нравоучительной систематизации, призванной демонстрировать торжество человеческого разума над стихией природы и тьмой невежества в духе эпохи Просвещения.

Каков «синдром Робинзона» новых коммуникационных музейных практик?

Современная модель музейной коммуникации подразумевает множественность схем освоения реальности, включая нерациональные способы — интуицию, воображение, ассоциации, эмпатию. Не методология одной, узкопрофильной области знания, а проектные идеи начинают задавать ракурс видения, превращая ценности наследия в многомерный феномен, гипертекст, сшивающий пространство и время в свободном полете конфигураций. И хотя для того, чтобы представить некий обобщенный образ музея современного Робинзона, еще не хватает дистанции времени, он, во всяком случае, не будет нести печать монологичности, будь то ленд-артовская выставка «След Пятницы», посвященная наследию как экологии и антропологии, или детская интерактивная обучающая программа по безопасности жизни.

Новое рождается сегодня не в профильных областях знаний и даже не на их стыках, как это было еще вчера, но обменом смыслами между ними, трансляцией, взаимопереводимостью их языков. Если мы говорим о выставке «Последние солдаты вермахта» в Калининградском музее, то это значит, что речь пойдет о судьбе деревьев вдоль исторических немецких дорог; если мы говорим об экспозиции «Возвращение Кропоткина» в музее «Дом Кропоткина в Дмитрове», то это значит — речь пойдет о развитии сетевых, «горизонтальных» политических организаций, субкультур, национальных диаспор, профессиональных сообществ. Чем неогиднее данное «сцепка» различных смыслов и ресурсов, тем привлекательнее рождается новый смысл. Уже хрестоматийным тому примером стал совместный проект «Земский врач Чехов» музея-заповедника А.П. Чехова и Комитета здравоохранения Чеховского района Московской области, создающий рядку с новой экспозицией фельдшерский пункт для жителей Мелихова.

² Пушкарев Л.Н. Понятие «менталитет» в современной зарубежной историографии // Российская ментальность: методы и проблемы изучения: Мировосприятие и самосознание русского общества. — М., 1999. — Вып. 3. — С. 85.

К контексту новых «дайджестовых» алгоритмов освоения реальности можно отнести и «гибридизацию» — искусное и искусственное составление несовместимых прежде культурных феноменов и рождение за счет этого новых смыслов интерпретации. Проект новой выставки Ярославского историко-культурного и художественного музея-заповедника «Выбор истории. История выбора» — пример такой гибридизации. Выставка соединяет несоединимые прежде смыслы — исторический выбор региона и страны в переломные моменты истории, выбор профессии и выбор спутника жизни — в новое смысловое поле альтернативного выбора, который сопровождает человека на протяжении всей жизни, сосуществуя в разных измерениях — бытовом, социальном, политическом.

Рождение новых смыслов тесно связано и с контекстуализацией — включением привычных смыслов интерпретации в другой контекст, встраиванием текста в текст (где текст — определенная система знаков). Примерно так родился проект «Путешествие в компании с Гением» музея-усадьбы «Ясная Поляна». Проект построил привычный текст, связанный с пространством Гения, в непривычный контекст географии, создав маршрут путешествия по железной дороге в мир Толстого.

С контекстуализацией перекликается и феномен цитирования, суть которого блестяще выразил В.Л. Рабинович: «...и культура, свидетельствуя и представляя эпоху, свершающая ее, остается другим эпохам *только* в виде текста (текстов). Только они и остаются. Цитатно. Но таким образом цитатно, что окликают новый голос, отвечающий всем другим голосам — цитатам, слышимым внове, впервые — хотя и повторно, но свежо, и потому и в самом деле *впервые*»³. Вспомним в этой связи, как из соединения трех цитат, принадлежащих разным эпохам, жанрам, людям, вырос проект «След сада» Дома-музея художника Павла Кузнецова в Саратове. Первая цитата — знаменитый вопрос знаменитого уроженца Саратова Чернышевского: «Что делать?». Вторая цитата — известная реплика Розанова: «Как что делать: если это лето — чистить ягоды и варить варенье, если зима — пить с этим вареньем чай». Третья цитата — из автобиографии самого Павла Кузнецова: «Родился в Саратове, в семье садовода...»⁴. «След сада», выросший из этих цитат, создает новое пространство новых смыслов: восстановление вокруг дома-музея художника яблочного сада, создание золой на снегу рисунков — теней ушедшего сада, «опыление» сада «красочными пигментами оттенков «саратовской

³ Рабинович В.Л. Свое-чужое в культуре. О цитате // Культурные миры: Материалы научной конференции «Типология и типы культур: разнообразие подходов» (20–22 марта 2000 г., Москва). — М., 2001. — С. 30.

⁴ Цит. по: Глинская А. Яблочное варенье как инструмент культурной политики // 60 параллель. — 2005. — Вып. 4 (19). — С. 29.

школы живописи», наконец, изготовление варенья из саратовских яблок. Банки с этим яблочным вареньем и пометкой «рекомендовано к чаю» были разосланы во все музеи, хранящие работы Павла Кузнецова: от музея в Мальме в Швеции до Приморской картинной галереи во Владивостоке, от Архангельского музея до картинной галереи в Алма-Ате⁵. В ответ на это Дом-музей Павла Кузнецова получил рассказы и фотографии о судьбе картин Павла Кузнецова, а также выявил еще шесть музеев — неизвестных обладателей произведений художника.

«Синдром Робинзона» новой модели музейной коммуникации актуализирует и специфические приемы — парадоксальности, ассоциативности, аллюзий, игры смыслов, рефлексии над рефлексией, символического означивания, царицей которых становится метафора. Мета-форма метафоры вмещает в себя основные черты современной внутрикультурной рефлексии — диалоговую переключку смыслов, их трансляцию с одного языка на другой, привлечение новых ресурсов, являясь коэффициентом смысловых множителей.

Принципиальные отличия новой интерпретационной модели музейной коммуникации напрямую связаны с ее переходом от констатирующего, «научно-объективного» знания к знанию гуманитарному. Попробуем выяснить его несущие конструкции.

«История, искусствоведение, театроведение, — по справедливому замечанию профессора Ю.М. Шора, — вполне могут быть не гуманитарными. История искусства не гуманитарна, когда она постигается фактологически, исходя из «научно-объективной» характеристики направлений, школ, художников. История искусства становится гуманитарной, когда она постигается в живом душевно-духовном включении, в приобщении, в переживании»⁶. Другими словами, гуманитарное знание — это есть не гуманитарные дисциплины, но особый способ постижения реальности, основанный на со-переживании, пере-открытии, соучастии. Даже лексически заметна главная особенность этой модели коммуникации, связанная не с безличным бытием знания, но с личным со-бытием постижения. Постигание не спонтанное понимание. Это переход в новое качество через усилие души. «Вся цивилизация, вся культура, все христианство — это сказки, выдумки, ерунда в той мере, в какой это не вырастает из души каждого... не порождено каждым изнутри себя»⁷, — сказал по этому поводу Мераб Мамардашвили.

⁵ Цит. по: Глинская А. Яблочное варенье как инструмент культурной политики // 60 параллель. — 2005. — Вып. 4 (19). — С. 29.

⁶ Шор Ю.М. К характеристике поля гуманитарного знания // Методология гуманитарного знания в перспективе XXI века. К 80-летию профессора Моисея Самойловича Кагана: Материалы международной научной конференции. 18 мая 2001 г. — СПб, 2001. — Вып. 12. — С. 171.

⁷ Мамардашвили М.К. Лекции о Прусте. — М., 1995. — С. 89.

Разницу между музейной коммуникацией, сопряженной с «научно-объективным» и гуманитарным знанием, можно сравнить с разницей между стеклом и зеркалом. Прозрачное стекло «научно-объективного», констатирующего знания не обладает способностью отражения «наблюдателя». Он видит только то, что видит. Это видение открывает канал коммуникации, который отвечает за процесс считывания информации и запоминания. Такая «знательная» коммуникативная модель называется монологом. Ее единицей является однозначное понятие.

Зеркало знания гуманитарного, рождая образ, метафору, символ с их многомерностью смыслов, дарит возможность видеть скрытое через такие каналы коммуникации, как интуиция, ассоциация, сопереживание, воображение, эмпатия. Эта коммуникативная практика обладает способностью отражать «наблюдателя». Возникает эффект зеркала, когда каждое поколение смотрится в другое, рефлексирова собственные проблемы, обретая новый внутренний опыт. Такая рефлексивная модель коммуникации называется диалогом. Ее единицей является символ — многозначный, полиинтерпретируемый, дающий не готовую подсказку в виде непогрешимых, констатирующих знаний, но позволяющий каждому открыть свой, принадлежащий только ему момент истины. Не случайно гуманитарное знание, лежащее в основе диалоговой модели коммуникации, называют «знанием — не», то есть «знанием-незнанием, знанием-предчувствованием, предвосхищением непостигнутого, непонятого, не схваченного в категориальных структурах»⁸.

Результатом коммуникации, основанной на узко-дисциплинарном подходе музея-учебника, становится линейное увеличение суммы знаний, качественно не меняющих духовную вертикаль человека, не переходящих в план его личного внутреннего опыта. Это знание — знательность. Наследие при этом остается мертво, поскольку способ его жизни — воплощение.

Результатом коммуникации, основанной на гуманитарном знании Музея-Зеркала, становится качественное изменение личности — самоидентификация, обретение нового духовного опыта. Это знание — постижение. Наследие при этом обретает жизнь в новом своем воплощении.

Возникает парадокс: непогрешимое, «научно-объективное» знание проходит мимо сознания человека, не присваивается им как личный опыт, напротив, знание гуманитарное, говорящее недосказанным языком многозначного символа, образа, притчи, обладает способностью перехода в иное измерение — внутренний мир человека.

Круг замкнулся. В грядущей-наступающей экономике символов и переживаний новые коммуникативные практики музея вырастают из

⁸ Шор Ю.М. Указ. соч. С. 171.

синтетической амальгамы символов наследия. Символическая «душа» ценностей наследия, отделившись от «тела» констатирующего, жестко связанного с профильными дисциплинами знания, образует креативное поле притяжения различных ресурсов. Музеем, который начинает конвертировать свой культурно-символический потенциал в формат социально-востребованных и общественно-привлекательных услуг, связанных с повышением инвестиционной, предпринимательской и туристической привлекательности территорий, оживлением инфраструктуры досуга и сервиса, изменением ландшафта городской среды, альтернативным образованием, становлением рынка креативных индустрий, оказывается сегодня по пути с очень многими.

О взаимообусловленности интересов новых коммуникативных практик музея и бизнеса хорошо сказала Т.В. Абанкина: «Культура по своему потенциалу способна вовлекать в переживания, заставлять восхищаться, смеяться, плакать, страдать и негодовать, расширяя тем самым границы эмоционального мира. Но только экономика желаний способна направить творческую энергию на потребление, превратить «пыльную» культуру в желанную и востребованную и, таким образом, конвертировать желания в деньги. Сложные и тонкие технологии управления нематериальными потребностями иногда позволяют заново открыть людям культурное наследие и актуальную культуру, разбудить и развить их желания увидеть и услышать, почувствовать, пережить, окунуться в атмосферу и — каждому! — потратить на это деньги, соразмерные его кошельку. Экономика желаний, культура и творческие индустрии обуславливают существование друг друга и способствуют взаимному развитию»⁹.

Вместе с тем при общности интересов цели музейной коммуникации и ее партнеров разные. Цель бизнеса — прибыль, коммерческий успех. Цель музейной коммуникации тоже прибыль, выраженная в специфической форме положительных социальных эффектов.

Пафос новых коммуникативных практик музея, столкнувшегося с *типом* проблем постиндустриального контекста, — в перекодировке содержания своей «прибыли» — конечных результатов деятельности или социальных эффектов.

Приведем две цитаты, косвенно характеризующие различие между старой и новой «прибылью», приносимой музейной коммуникацией.

Первая — принадлежит перу известной американской исследовательницы культуры повседневности советского общества Шейлы Фицпатрик.

⁹ Абанкина Т. Указ. соч. [on-line].

Свою книгу, посвященную повседневной жизни простых, «маленьких» советских людей 1930-х годов, а также портрету нарождающегося социального типа *homo soveticus*, Шейла Фицпатрик заключила тремя метафорами. Сравнив повседневную практику жизни в СССР сначала с тюрьмой или казармой, затем со школой закрытого типа, исследовательница остановилась на образе благотворительной столовой. «Советские граждане, — пишет Ш. Фицпатрик, — мастерски умели изображать себя благородными бедняками; они считали, что давать им еду, одежду и крышу над головой — обязанность государства. Целый ряд свойственных советским гражданам... поведенческих навыков... соответствует модели благотворительной столовой как нельзя лучше. Клиент благотворительной столовой не ощущает себя участником программы самосовершенствования в отличие от школьника, нет у него и сильного страха наказания и ощущения потери свободы, характерных для заключенных и армейских рядовых. Он может быть или не быть благодарен организаторам столовой... В основном, однако, он видит в благотворительной столовой только источник необходимых ему благ и судит о ней в первую очередь по количеству и качеству этих благ и по тому, насколько легко они ему достаются»¹⁰.

Коммуникативные практики российского музея «индустриальной эпохи» не только вписывались в контекст «благотворительной столовой» как сферы обязательств государства по обслуживанию населения, но и растили ее будущих посетителей. Их спецификой был глобальный замах на приобщение к прекрасному, военно-патриотическое воспитание, «привитие» чувства любви к родине, осуществляемый такими практиками, которые по определению не могли перевести «прививаемые» ценности во внутренний план личности. При этом мессианские цели и обслуживающие их коммуникативные практики не противоречили друг другу: выполняя заказ времени, они приводили к статусно-демонстративному посещению музея, формированию двойных стандартов сознания, рутинному типу мышления, социальному инфантилизму, формированию слабой, зависимой личности послушного посетителя благотворительной столовой.

Вторая цитата — данные социологического опроса, которые хотя и косвенно, но все же отражают приоритеты социальных эффектов, достигаемых актуальной музейной коммуникацией. «Только 7 % россиян, — отмечалось в анализе результатов опроса, — продолжают поддерживать основные принципы «русской системы» — доминирование государства над личностью, патернализм и закрытость страны, и 22 % опрошенных

¹⁰ Фицпатрик Ш. Повседневный сталинизм. Социальная история Советской России в 30-е годы: город. — М., 2001. — С. 272.

поддерживают два из названных признаков этой системы. Это в основном пожилые люди и люди с низким уровнем образования. Между тем сторонники модернистской альтернативы, которые поддерживают приоритет личности, ее самостоятельность, открытость страны, составляют 33 % населения при 37 % готовых поддержать модернистский проект. Цифры говорят о том, что модернистский проект готовы поддержать 70 % россиян, то есть население страны ждет социальных изменений. Этого ждут как богатые, так и бедные; как левые, так и правые; как молодые, так и пожилые»¹¹.

Ответом музея на вызовы времени становится переход значительной коммуникационной модели к рефлексивной, которая, перестав гнать железной рукой человека к счастью, начинает вкладываться в его развитие, формировать такие компетенции, которые, отходя от индустриальной линейности прогрессизма, встраивают мир его личности в новую социокультурную ситуацию, осуществляют адаптацию человека в современном мире.

Среди них — отход от нравственного и интеллектуального схематизма в сторону диалогического сознания, освобождение от внешних зависимостей и стереотипов, формирование представлений о многообразии схем освоения реальности и культурной несоизмеримости, складывание нового архетипа личности, обладающего альтернативным, творческим, многофакторным мышлением и «проектным» отношением к своей судьбе.

Фундаментом новой модели музейного диалога становится «ненаучное», синтетическое, гуманитарное «знание-не», знание-тайна, знание-переживание, обладающее чудесной способностью перевода общечеловеческих ценностей в личный формат.

Наверное, поэтому «новые культурные потребители» любят «пересекать границы» и сегодня слушают оперу, завтра — идут на рок-концерт или лазерное шоу. Пойдут они и в музей, но не ради нового знания, но ради нового состояния души, ради того волшебного алмаза из «Синей птицы», который открывает новые измерения в их личностном мифе.

Прибегнув к помощи блестящего слога Александра Гениса, сравним современный диалог музея и личности с тем «все решающим порогом, что отделяет читателя от филолога, агностика от атеиста, чувство от долга, намек от наказа, букет от гербария, ходики от секундомера, дуэль от казни, зеркало от исповеди»¹². Похоже на то, что время выбирает сегодня

¹¹ Попов А., Проскуровская И. Стратегия развития человеческого потенциала // 60 параллель. — 2005. — Вып. 2 (170). — С. 5.

¹² Генис А. Не смотри в корень // Esquire. — Январь, 2007. — С. 56.

не гербарий музея-учреждения, обслуживающего население, а букет музея «for fun», служащий личности.

Музей как компенсатор общественного сознания¹³ не может не отражать его новые ментальные сущности. Загадочный музейный сфинкс, в очередной раз пережив свою эпоху, сбросил кожу былой культурной формы и стал тем, что в названии статьи условно обозначено как музей «for fun». Музей «for fun» не поддается более профильному ранжированию, не влезает в прежние образовательные, просветительские, научно-исследовательские рамки, не является носителем объективированного научного знания для подготовки посетителя к неизвестному экзамену. Из объекта и учреждения культуры музей превращается в ее субъект, музей-личность со своим неповторимым лицом, неподражаемыми ресурсами и компетенциями. Со всем многообразием факторов, присущих человеческой субъективности, музей-личность создает гипертекст проектно-рефлексивного освоения ценностей наследия не ради культурно-массовой работы с населением, но во имя развития свободной в своем выборе личности.

Разгерметизированная постиндустриальным контекстом музейная коммуникация не только бесконечно расширила свои горизонты, но изменилась и по существу: из объектно-субъектной она стала субъектно-субъектной, все больше напоминая межличностный диалог — личности музея и личности человека.

¹³ Никишин Н.А. Коммуникационный потенциал музея в современном мире // Музейная коммуникация: Материалы научно-практической конференции. — Самара, 2001. — М., 2002. — С. 51.

А. Лебедев

Исчезающе малые глубины (две заметки к проблеме «Музей и местное сообщество»)

На Соловецком архипелаге с 2001 года реализуется «Стратегический план сохранения и развития Соловецкого музея-заповедника»¹. Необычность этого документа состоит в том, что в соответствии с ним Соловецкий музей берет на себя ряд функций, которые в принципе не являются традиционными и привычными для музея. Но на Соловках данная ситуация имеет глубокие исторические корни.

Суровая северная природа никогда не могла прокормить сколь либо значимое число островитян, и последние 500 лет Соловки существовали за счет мощной государственной поддержки (появление которой было связано главным образом с потребностями обороны страны). В монастырский период эта поддержка обеспечивалась за счет огромного числа льгот и иных возможностей, предоставляемых монастырю царской властью (на монастырь работало все Беломорье), а также за счет прямого государственного содержания Соловецкой крепости и гарнизона. По завершении ГУЛАГовского периода (1923—1939) на острова опять пришли военные. Появление на Соловках в 1939 году учебного отряда Северного флота возродило систему дотационного содержания островов как военного форпоста страны. Кстати, создание на Соловках музея (1967) в экономическом смысле никак не изменило существующего положения вещей.

С уходом моряков в конце 1980-х годов ситуация начала стремительно деградировать, наступил полный хозяйственный развал, с которым ничего не могла поделать ни областная администрация, ни возрожденный в 1992 году Соловецкий монастырь. Не помогло и то обстоятельство, что в 1992 году Соловецкий историко-культурный комплекс получил статус объекта Всемирного наследия ЮНЕСКО. Слишком большие ресурсы нужно было вложить в развитие территории и в содержание уникальных историко-культурных и природных памятников. Президент России В.В. Путин во время своего пребывания на Соловках в 2001 году упомянул о необходимости разработки федеральной программы сохранения и развития архипелага. Федеральная программа так и не была принята, но острова получили мощную федеральную поддержку в иной форме. В 2001 году Министерство культуры РФ утвердило упомянутый «Стратегический план».

¹ План был разработан Лабораторией музейного проектирования РИК при участии Комитета по культуре администрации Архангельской области и принят Коллегией Министерства культуры РФ.

С этого момента Минкульт стал главным субъектом, на плечи которого легло содержание островов.

Принятый документ предопределил дальнейшую стратегию развития архипелага как *музейного комплекса*, стабильность и эффективное функционирование которого обеспечивается за счет федерального бюджета. Это находит убедительное подтверждение в фактах и цифрах.

На сегодняшний день население Соловецких островов насчитывает около 900 человек, из которых работает чуть больше половины (традиционно на Соловках проживает много пенсионеров и детей). Треть от общего числа работающих местных жителей (165 чел.) — сотрудники Соловецкого музея-заповедника. Для сравнения: второй организацией по обеспечению трудовой занятости населения является Соловецкий лесхоз (17 чел.). Ни лесхоз, ни монастырь с его 35 проживающими на архипелаге монахами и послушниками, ни другие мелкие хозяйственные субъекты не оказывают ощутимого влияния на развитие территории. Музей — единственный крупный работодатель и налогоплательщик на островах. Его бурная строительная и хозяйственная деятельность выгодна и для Архангельской области: 80 % товаров и услуг музей покупает у архангельских производителей. За последние годы заметно повысилось благосостояние островитян. Сегодня на 900 жителей островов приходится более 100 транспортных средств (не считая лодок, яхт, катеров, снегоходов и сильно распространившихся в последнее время велосипедов). Цифра при полном отсутствии асфальтовых дорог почти фантастическая. Жизнь в архипелаге, несомненно, вдохнули средства из *федерального бюджета*.

По-человечески понятно, что многие соловчане никак не связывают рост своего благосостояния с деятельностью музея и реализацией «Стратегического плана» и не вполне отдают себе отчет в том, «чей хлеб они едят». Между тем Министерство культуры не благотворительная организация. Она финансирует подведомственное учреждение, требуя от него выполнения определенных задач. Эти задачи связаны в первую очередь с сохранением вверенных музею памятников истории и культуры. Следствием этогоребования являются вводимые музеем системы ограничения при эксплуатации объектов, которые далеко не всегда радуют местных жителей.

Как же так? Еще недавно можно было встретить рассвет на башне Соловецкой крепости. А теперь у комплекса «Соловецкий кремль» четкие часы работы, и в ночное время туда не пускает охрана. Сколько лет можно было «срубить денюжат», свозив туристов на своей моторке на Б. Заяцкий остров, и бродить там взад и вперед по заповедным мхам...

А теперь к пристани музейного комплекса «Заяцкий остров» можно причалить только по путевке с печатью и ходить исключительно по специальным мосткам под зорким оком музейных смотрителей.

Все это требует от музея кропотливой разъяснительной работы, а его положение системообразующего предприятия налагает и огромную социальную ответственность. Осознание этой ответственности привело музей к необходимости проведения нескольких семинаров, в которых приняли участие эксперты, специалисты по социально-культурному проектированию и музейные работники из разных регионов страны, а также постоянные жители Соловецких островов.

Анализ ситуации, проведенный в рамках нескольких организованных музеем семинаров, выявил значительное число субъектов, с которыми музеем необходимо иметь добрососедские, а иногда партнерские отношения. Основными из них являются:

- Администрация Архангельской области
- Соловецкий монастырь
- Администрация муниципального образования «Соловецкий район»
- Соловецкий лесхоз
- Местное сообщество
- «Сезонное» сообщество (люди, из года в год приезжающие на Соловки на летний сезон: участники биологических и археологических экспедиций, реставраторы и др.)

Предложенная классификация при всей своей условности (понятно, что лесник Соловецкого лесхоза одновременно является членом местного сообщества; а сотрудник областной администрации может ежегодно проводить отпуск на Соловках и тем самым быть членом «сезонного» сообщества) позволяет выявить основные позиции участников процесса.

Областная администрация занимает в приведенном перечне особое место. Она является мощным субъектом влияния, но при этом присутствует на островах опосредованно. Финансово-хозяйственное значение остальных субъектов невелико, но они присутствуют постоянно и, следовательно, в значительной мере формируют общественное мнение.

Музей пытается наладить систему взаимодействия со всеми перечисленными субъектами, но мера успешности этих попыток различна.

Хорошее рабочее взаимодействие существует у музея с администрацией Архангельской области. На первый взгляд кажется, что иначе и быть не может: и те и другие — «государевы люди». Как им не договориться? Но практика показывает, что взаимоотношения между крупными федеральными учреждениями и областными властями далеко не всегда бывают безоблачными. В данном случае конфликтов нет. И хорошо, что нет.

Сотрудничество музея и Соловецкого монастыря развивается в соответствии с Генеральным договором, заключенным сторонами в октябре 2001 года. В 2004 году музей и монастырь подписали дополнительное соглашение, связанное с регулированием туристических потоков на объектах экскурсионного показа. В последние годы количество туристов на островах неуклонно растет, и приблизительно четверть от этого числа — паломники, приезжающие по путевкам монастыря. Большинство из них желает ознакомиться не только с памятниками христианской культуры, но и с другими достопримечательностями архипелага (ботаническим садом, неолитическими каменными выкладками Б. Заяцкого острова и др.). Музей беспрепятственно пропускает паломников на свои объекты, но существующий договор позволяет рациональнее распределять группы и снизить эксплуатационную нагрузку на памятники.

Куда сложнее складывались отношения с местной администрацией и лесхозом. И причина здесь в несовершенстве российского законодательства. Как и большинство наших музеев-заповедников, Соловецкий является полноценным музеем и *как бы* заповедником. При его учреждении (1974) заповедником был объявлен весь Соловецкий архипелаг, но не были определены границы охранных зон. В результате возникла масса спорных вопросов о том, кто должен управлять той или иной территорией — музей, местная администрация или лесничество. А вопросы эти не праздные, т.к. законы и ведомственные нормативы для заповедника и памятника принципиально иные, чем для обычного леса или жилого дома. Ситуация усугублялась тем, что в большинстве случаев музей оказывается единственным финансово состоятельным участником диалога, способным спасти объект от разрушения и гибели, но администрация и лесничество действуют по принципу «лучше смерть, чем позор». В результате в поселке полно заброшенных и на глазах разваливающихся зданий, средств на ремонт которых у администрации нет и не будет. Места, отведенные лесничеством под постановку туристических палаток, напоминают помойки — денег на вывоз мусора и нормальное обустройство у лесхоза нет и не будет. Положение на этом участке стало столь нестерпимым, что музейщики вынуждены были заняться публичной политикой — принять активное участие в выборах в органы местного самоуправления (декабрь 2004 года). И небезуспешно: семь из десяти мест депутатов муниципального совета заняли сотрудники музея-заповедника.

Определение позиции местного сообщества — наиболее деликатная тема. Сколько людей — столько мнений, и любая предложенная формулировка всегда может быть оспорена отдельно взятым местным жителем, имеющим полное право сказать: «Я думаю совсем иначе...» Поэтому свои

главные усилия участники семинаров направили не на определение «средней температуры по больнице», а на поиск субъекта, способного говорить от лица соловецкого сообщества в целом. По мнению экспертов, таковым является общественная организация «Соловчане»². Ее члены ориентированы на конструктивное сотрудничество с музеем, лишнее подтверждение тому — их активная работа на семинарах и реальная помощь в выработке музейных стратегий.

В отличие от местных жителей «сезонное» сообщество разрознено и не имеет центра кристаллизации в виде общественной организации, что создает дополнительные сложности для выстраивания добрососедских взаимоотношений. Не очень ясно, позицию какого конкретного человека считать «эталонной», и, главное, не понятно, с кем договариваться. И все же, если принять за основу статистические показатели, можно утверждать, что подавляющее большинство членов «сезонного» сообщества относятся к деятельности музея и к реализуемому на островах «Стратегическому плану» с пониманием и благожелательностью. И это не удивительно, так как в основном это научная и творческая интеллигенция, воспитанная в представлении о музее как очаге культуры. Но есть тут и свои исключения, о которых следует сказать особо...

«...Политика Министерства культуры Российской Федерации по отношению к Соловкам не является государственной. Но такое положение должно быть изменено. Задачу стабилизации социо-культурного ядра страны не решить без опоры на фундаментальную структуру идентичности — наши святыни»³.

«Немедленно остановить реализацию «Стратегического плана сохранения и развития Соловецкого музея-заповедника». С этой целью принять обращение VII Всемирного русского народного собора к Президенту России...»⁴.

Очень старались остановить, но не получилось. Министерство культуры решило не дать погибнуть Соловецким островам, и местное население, как показали выборы, его в этом решении всячески поддерживает. Возможно, в силу «утилитарного» (*термин В. Столярова и Д. Сладкова*) подхода Минкульт продолжает считать, что идентичность идентичностью,

² Это мнение зафиксировано в материалах семинара «Музей и проблемы локального сообщества» (Соловки, 13—17 августа 2004 г.). Последующее развитие событий показало, что участники семинара не ошиблись в своих оценках: полгода спустя председатель общества «Соловчане» Д.Д. Луговой с огромным перевесом в голосах был избран главой МО «Соловецкий район».

³ Столяров В., Сладков Д. Выступление на Всемирном русском народном соборе 17 декабря 2002 г. // У последнего берега: По материалам проекта НГПК на Соловках. — М., 2003. — С. 187.

⁴ Указ. соч.

а культурное наследие надо сохранять. А музей эту возложенную на него Министерством обязанность успешно выполняет.

На этой оптимистической ноте хотелось бы и закончить, но, к сожалению, ситуация на архипелаге не столь уж безоблачна. Тревогу вызывает сохранность памятников истории и культуры, переданных в пользование Соловецкому монастырю, тем самым выведенных за рамки действия «Стратегического плана сохранения и развития Соловецкого музея-заповедника». Многие из них сегодня находятся в аварийном состоянии, а монастырь не производит необходимых консервационных и восстановительных работ. Особенно тяжелая ситуация с архитектурными сооружениями на островах Анзер и Б. Муксалма.

Осыпающиеся стены, упавшие внутрь крыши, кучи битого кирпича... И никому не нужная табличка советских времен: «Памятник архитектуры. Охраняется государством». Трудно себе представить более наглядные результаты поспешных решений, принятых в угоду политической конъюнктуре.

* * *

Музей в Рыбинске возник в октябре 1910 года и через несколько лет отметит свое 100-летие. Поначалу он был естественно-научным и располагался в двух комнатах городского коммерческого училища. Коллекции минералов, ископаемых, птичьих яиц и тому подобного предназначались для учебной работы и просвещения посетителей. В своем нынешнем виде экспозиции Рыбинского музея-заповедника куда более разноплановы. Они рассказывают о древней истории края (археологический отдел), знакомят посетителей с купеческим бытом и богатыми художественными коллекциями из дворянских усадеб. Но главный бренд Рыбинского музея — это Волга и все, что с ней связано: бурлаки и крючники, кабестаны и туеры, шлюзы и водохранилища... Река протекает под окнами музея, и с огромного балкона второго этажа на нее открывается такой роскошный вид, что так и хочется снабдить Волгу музейной этикеткой. Эта глубинная связь с рекой как бы перереформирует коллекцию и придает музею национальный масштаб.

Почему Волга — главная река России? Она не самая длинная, не самая многоводная. Ответ прост: в бассейне Волги проживает 50 миллионов человек — треть населения страны. С этой рекой испокон веков связана судьба народа.

Сегодня ее жизнеспособность обеспечивает каскад волжских водохранилищ, первое среди которых — Рыбинское. Это своеобразный «клапан»,

регулирующий наполнение Волги на всем ее протяжении. Рыбинску досталась почетная роль держателя волжского «крана». Правда, за этот почет и сам город, и прилегающие к нему земли заплатили немалую цену...

14 апреля 1941 года были закрыты створы гидротехнических сооружений и началось заполнение Рыбинского водохранилища. Было затоплено 4550 квадратных километров суши (1/8 территории Ярославской области), под воду ушло 700 населенных пунктов, более 130 тысяч человек стали вынужденными переселенцами.

С тех пор в водохранилище каждый год образуется огромная льдина площадью 4,5 тысячи квадратных километров и толщиной до одного метра. Эта масса холода существенно влияет на здешний климат. В первой половине апреля, когда освободившаяся от снега земля уже прогревается, на водохранилище еще лежит лед, по которому ездят на снегоходах и машинах. Срок вегетации растений сдвигается каждую весну от двух недель до месяца. Произошли и многие другие изменения, которые экологи считают необратимыми...

Впрочем, обсуждать сегодня, правильным ли было принятое в 1935 году решение о затоплении Молого-Шекснинского междуречья, смысла нет. Образовавшееся Рыбинское водохранилище является крупнейшим комплексом промышленных и хозяйственных объектов, который никто не собирается ликвидировать. Важнее другое. На дно ушли не только поля и пастбища, жилые дома и монастыри. Ушла целая эпоха — хозяйственные связи, человеческие отношения, бытовой уклад — все то, что в широком смысле называют словом «культура».

Но культура обладает памятью. Она запечатлевает себя в материальных объектах, документах, произведениях искусства. В здешних местах хранителем этой памяти стал Рыбинский историко-архитектурный и художественный музей-заповедник. Туда были свезены предметы из затопленных дворянских усадеб, передана коллекция ликвидированного Мологского краеведческого музея. Рыбинский музей имеет два филиала: Дом-музей физиолога А.А. Ухтомского и Музей Мологского края. Первый из них — довольно заурядный мемориальный музей, зато второй поистине уникален: это единственный в мире музей затопленной территории.

Молога — маленький уездный город, находился при слиянии рек Волги и Мологи в 32 километрах от Рыбинска. Этот тихий городок, население которого в начале XX века насчитывало около 5 тысяч человек, был весьма и весьма благополучен. В нем располагалось 6 соборов и церквей, 5 благотворительных учреждений, 3 библиотеки, 9 учебных заведений, в том числе гимнастическая школа П.М. Подосенова — одна из первых в России, при которой имелась сцена и партер для постановки спектаклей.

Казначейство, банк, телеграф, почта, кинематограф, больница на 30 коек, амбулатория, аптека — вот далеко не полный перечень учреждений Мологи. Медицинскими услугами жители города и уезда пользовались бесплатно, бесплатно же им выдавались и лекарственные препараты. Работали в городке винокурный, костемольный, клееваренный и кирпичный заводы, а также завод по производству ягодных экстрактов. Бедствия революционного времени обошли Мологу стороной. Городок продолжал жить тихой самодостаточной жизнью.

В сентябре 1935 года было принято постановление Правительства СССР о начале строительства Рыбинского и Угличского гидроузлов. По первоначальному проекту подпорный уровень (высота зеркала воды над уровнем моря) Рыбинского водохранилища должен был составлять 98 метров. Показалось мало... И 1 января 1937 года эта цифра была изменена на 102 метра, что увеличивало количество затопляемых земель почти вдвое. Город Молога лежал (да, собственно, и лежит) на отметке 100 метров над уровнем моря, и именно эти два метра стоили ему жизни...

Мологе не суждено было стать Градом Китежем или русской Атлантидой, навсегда погрузившихся в пучину вод. Ее судьба страшнее. Глубины, на которых находится город, в соответствии с сухой инженерной терминологией называются «исчезающе малыми». Уровень водохранилища колеблется, и приблизительно раз в два года Молога показывается из воды. Обнажается мошение улиц, фундаменты домов, кладбище с надгробиями. И приходят мологжане: посидеть на развалинах родного дома, посетить отеческие могилы. За каждый «низководный» год этот город-призрак платит свою цену: во время весеннего ледохода лед, как терка, скребет по дну на мелководье и уносит с собой материальные свидетельства прошлой жизни...

Судьбу Мологи разделил и находившийся неподалеку женский Афанасьевский монастырь. В Рыбинске монастырь имел подворье с часовней. Сегодня в подворье Афанасьевского монастыря работает Музей Мологского края (филиал Рыбинского музея-заповедника). Это единственный в мире музей затопленного города. Собственно, не только города, а огромной территории с сотнями сел, деревень, десятками церквей и монастырей. Края, который дал России историка графа А.И. Мусина-Пушкина, военачальника князя А.А. Прозоровского, академика живописи и одного из основоположников отечественной реставрации Ф.Г. Солнцева, писателя и драматурга А.В. Сухово-Кобылина, писателя-этнографа Ф.А. Арсеньева.

Но Музей Мологского края — это не мемориал знаменитым деятелям культуры. Среди выставленных предметов нет ничего выдающегося: старые фотографии с видами города и портретами жителей, воссозданная

комната мологжанина, предметы домашнего обихода, районные газеты «Родной край» и «Большая Волга». Вроде бы ничего необычного, так — картинка повседневной жизни. Но знание о том, что произошло, придает обычным вещам особую пронзительность. История, которую рассказывает экспозиция, проста и трагична. Была благодатная земля. Ее визитной карточкой считались уникальные заливные луга и пастбища. Там жили люди, которые делали лучшие в России масло и сыр. А потом вышел приказ...

В Рыбинском архиве хранятся сотни писем, где повторяется одна и та же просьба: не выселять под зиму, разрешить дожить на старом месте до весны. Самое непонятное в этих письмах — даты. Речь идет о зиме 1936/37 года. Напомним: заполнение водохранилища началось в 1941 и закончилось в 1947 году. Зачем нужна такая спешка, не понимал никто: ни местные власти, ни партийные органы, ни сотрудники НКВД, осуществлявшие контроль за переселением. Но приказы не обсуждают. Недовольных ждал Волголаг, покоровившихся — Волгострой, единственная крупная организация, создававшая новые рабочие места. Не секрет, что и Волголаг, и Волгострой находились в ведении НКВД и были, в сущности, одной организацией. На строительстве гидротехнических сооружений по разную сторону колючей проволоки оказались люди, вынужденные сделать общее дело: утопить свою малую родину...

Единственное отступление от музейных правил, которое позволили себе авторы экспозиции, — это разрешение ставить свечи перед иконой Богородицы «Всех скорбящих радость», установленной непосредственно в бывшей часовне Афанасьевского монастыря.

Долгое время тема Мологи была запретной. Об этом нельзя было писать. Встречались земляки, стараясь не привлекать к себе внимания, почти тайно. Первые сохранившиеся фотографии встреч мологжан относятся к 1960-м годам. Но даже в эти годы собираться приходилось вдали от родной земли — под Ленинградом. Вслух заговорили о Мологе только во второй половине 1980-х. Прошла серия статей, встречи переместились в Рыбинск и стали публичными. В 1995 году открылся музей, в 1997-м была официально зарегистрирована общественная организация «Землячество мологжан».

Музей Мологского края — сравнительно редкий пример государственного музея, созданного по народной инициативе. У него два источника пополнения коллекции: подарки мологжан и экспедиции на Мологу. Свою миссию музей видит не столько в сохранении памяти прошлого, сколько в возрождении Мологского края как культурно-исторической общности. Сотрудники музея и активисты землячества работают над идеей создания Мологской административной территории с центром в селе Веретея или поселке Борок, ранее находившихся в Мологском уезде.

Об авторах

Геннадий Вдовин — специалист в области русского искусства XVIII–XIX веков, директор музея-усадьбы «Останкино».

Елена Галкина — кандидат исторических наук, специалист в области этнографии и музейной педагогики, старший научный сотрудник Лаборатории музейного проектирования Российского института культурологии.

Александр Долгин — кандидат технических наук, зав. кафедрой «Прагматика культуры» Высшей школы экономики. Глава группы компаний «Союзнихром».

Владимир Дукельский — кандидат исторических наук, специалист в области музееведения и музейного проектирования, ведущий научный сотрудник Лаборатории музейного проектирования Российского института культурологии.

Алексей Лебедев — доктор искусствоведения, специалист в области истории русского искусства, музееведения, музейной информатики и менеджмента в сфере культуры, заведующий Лабораторией музейного проектирования Российского института культурологии.

Светлана Минина — специалист в области мониторинга музейной деятельности, научный сотрудник Лаборатории музейного проектирования Российского института культурологии.

Наталья Павлова — кандидат исторических наук, специалист по музейному маркетингу, старший научный сотрудник Лаборатории музейного проектирования Российского института культурологии.

Марина Юхневич — кандидат педагогических наук, специалист в области музейной педагогики, ведущий научный сотрудник Лаборатории музейного проектирования Российского института культурологии.

МУЗЕЙ В ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

Материалы этой части книги дают представление о нюансах восприятия музея человеком, которые, как правило, недоступны исследователю. Едва ли с помощью социально-психологического инструментария можно выявить, что испытывает человек, переступая порог музея, что его воодушевляет, а что отвращает, в чем конкретно проявляется эта так много раз названная, но детально не описанная «музейная потребность» (равно как и ее отсутствие). Думается, читатель прочтет данную часть сборника, узнавая не только нечто новое об отношении человека к музею или памятнику культуры вне его стен, но и вспоминая собственные реакции и чувства.

Публикуемые отрывки помещены под несколькими тематическими рубриками так, чтобы авторы художественных текстов — а вместе с ними их герои — оказавшись рядом, дополняли друг друга, корректировали, вступали в спор. Все вместе они представили емкую, наполненную значимыми деталями и весьма неоднозначную картину восприятия музея не привычным для социологии *посетителем*, но *личностью*.

Раздел 1. **ПЕРВЫЕ МУЗЕИ — ПЕРВЫЕ ВПЕЧАТЛЕНИЯ**

И.В. Гете

Из моей жизни. Поэзия и правда

Наконец настал нетерпеливо ожидаемый мною час открытия галереи. Я переступил порог святилища и остановился, пораженный: то, что я увидел, превзошло все мои ожидания. Многожды повторяющий себя зал, где великолепие и опрятность сочетались с полнейшей тишиной, старинные рамы, как видно недавно позолоченные, навощенный паркет и комнаты, где чаще встретишь зрителя, чем усердного копииста, — все это вместе создавало впечатление единственной в своем роде торжественности, тем более напоминавшей чувство, с которым мы вступаем в дом Господень, что украшения различных храмов, свято чтившиеся многими поколениями, здесь были выставлены напоказ, но лишь во славу искусства¹.

У. Хаттон

Отрывок из дневника

Мы собрались на месте в количестве около десяти человек, все незнакомые мне, возможно, и друг другу люди <...>. Стали идти довольно быстро, и я с удивлением спросил: «Разве никто не будет информировать нас о тех редкостях, которые встречаются нам по пути?» Высокий благовоспитанный молодой человек, который, похоже, был нашим сопровождающим, ответил с легким раздражением: «Уж не хотите ли вы, чтобы я рассказал вам обо всем, что есть в музее? Разве это возможно? Кроме того, разве под большинством предметов не написаны названия?» Я почувствовал себя слишком униженным, чтобы произнести хотя бы еще одно слово. Компания выглядела непроницаемой, они молча ускорили шаг. Был слышен только шепот. Если человек проводит две минуты

¹ Гете И.В. Из моей жизни. Поэзия и правда. — М., 1969. — С. 246. Здесь юный Гете описывает первое посещение Дрезденской картинной галереи.

в комнате, где находится тысяча вещей, требующих внимания, у него нет времени хотя бы бросить взгляд на каждую из них. Когда наш руководитель открывал дверь следующих апартаментов, молчаливый язык этого действия означал: «проходите».

Если я вижу редкости, о которых ничего не знаю, я не воспринимаю их как редкости. Если кусочек истлевшей бумаги лежит на полу, я без колебания отброшу его ногой. Но если мне скажут, что это письмо, написанное Эдуардом VI, я схвачу его с восторгом как свидетельство минувшего. <...> Мне казалось, будто я нахожусь среди богатого угощения, состоящего из десяти тысяч редкостей, но, словно Тантал, не могу вкушать ничего. <...> Примерно через тридцать минут мы закончили наше безмолвное путешествие по этому роскошному особняку, на осмотр которого надо было бы потратить тридцать дней. Я покинул его с тем же багажом знаний, с каким и вошел, но зато теперь у меня появилось горькое осознание того, что из-за боязни упустить представившийся мне шанс я в то утро неучтиво прервал интересную беседу с тремя джентльменами, пропустил завтрак, промок до нитки, потратил полкроны на наемный экипаж, заплатил два шиллинга за билет — и все это ради того, чтобы меня стремительно прогнали по залам, чтобы я лишился той малой толики хорошего настроения, с которой пришел, и покинул музей совершенно разочарованный¹.

¹ Печатается по: Юренева Т.Ю. Музей в мировой культуре.— М., 2003. — С. 211—212. Отрывок содержит описание того, что испытал после посещения в 1784 г. Британского музея книготорговец из Бирмингема.

Раздел 2. МОЙ МУЗЕЙ

Н. Макиавелли

С наступлением вечера я возвращаюсь домой и вхожу в свой кабинет; у порога сбрасываю будничное платье, полное грязи и сора, и облачаюсь в царственные и великолепные одежды; и, надлежащим образом переодетый, вхожу в античные дворцы к античным людям. Там с любовью ими принятый, я вкушаю ту пищу, которая — единственно моя и для которой я рожден; там я без стеснения беседую с ними и расспрашиваю о разумных основаниях их действий, и они мне приветливо отвечают. И я не чувствую на протяжении четырех часов никакой скуки; я забываю все печали, не боюсь бедности, и меня не приводит в смятение смерть: я целиком переношусь к ним¹.

З. Ленц

Краеведческий музей

Я, стало быть, спустился вниз, зажег керосиновый фонарь и через несколько минут закрыл за собой люк. Не думай только, что там внизу состоялось некое мистическое единение, некий сверхъестественный разговор с глубокой стариной. Просто я наконец-то вступил во владение тем, что уже давно принадлежало мне. Я все внимательно изучал: старинные грамоты, инструменты и оружие, я подробно знакомился со всеми предметами, расставляя их в новом порядке, моем порядке. Я до тех пор расшифровывал документы, опробовал инструменты, ощупывал оружие, пока в состоянии был различать их в темноте.

Дали ли эти предметы мне какую-либо информацию? Разумеется. Но заключалась эта информация поначалу только в ощущении, что все это не какое-то старье, существующее само по себе; что все эти предметы существуют для сравнения, что, сравнивая, ты познаешь свои возможности. Я почувствовал, что все, что человек знает о других, относится и к нему самому...²

¹ Печатается по: Юренева Т.Ю. Музей в мировой культуре. — М., 2003. — С. 85. Как пишет в своем исследовании Юренева, ренессансные кабинеты, студиоло, наполненные предметами античной эпохи, стали прообразами музеев.

² Печатается по: Ленц З. Краеведческий музей. — М., 1982. — С. 238.

*Г. Успенский***Выпрямила (отрывок из записок Тяпушкина)**

На следующее утро я ушел из гостиницы, не дожидаясь, когда проснутся мои патроны. <...> Что-то горькое, что-то страшное и в то же время несомненно подлое угнетало мою душу; без цели и без малейшего определенного желания идти по той или другой улице я исходил по Парижу десятки верст, нося в своей душе этот груз горького, подлого и страшного, и совершенно неожиданно доплелся до Лувра; без малейшей нравственной потребности вошел я в сени музея; войдя в музей, я машинально ходил туда и сюда, машинально смотрел на античную скульптуру, в которой, разумеется, по моему, тяпушкинскому, положению ровно ничего не понимал, а чувствовал только усталость, шум в ушах и колотье в висках; и вдруг, в полном недоумении, сам не зная почему, пораженный чем-то необычайным, непостижимым, остановился перед Венерой Милосской в той большой комнате, которую всякий бывший в Лувре знает и, наверное, помнит во всех подробностях. Я стоял перед ней, смотрел на нее и непрестанно спрашивал самого себя: «Что такое со мной случилось?» Я спрашивал себя об этом с первого момента, как только увидел статую, потому что с этого же момента я почувствовал, что со мною случилась большая радость... До сих пор я был похож (я так ощутил вдруг) вот на эту скомканную в руке перчатку. Похожа ли она видом на руку человеческую? Нет, это просто какой-то кожаный комок. Но вот я дунул в нее, и она стала похожа на человеческую руку. Что-то, чего я понять не мог, дунуло в глубину моего скомканного, искалеченного, измученного существа и выпрямило меня, мурашками оживающего тела пробежало там, где уже, казалось, не было чувствительности, заставило всего «хрустнуть» именно так, когда человек растет, заставило также бодро проснуться, не ощущая даже признаков недавнего сна, и наполнило расширившуюся грудь, весь выросший организм свежестью и светом. Я в оба глаза глядел на эту каменную загадку, допытываясь, отчего это так вышло? Что это такое? Где и в чем тайна этого твердого, покойного, радостного состояния всего моего существа, неведомо как влившегося в меня? И решительно не мог ответить себе ни на один вопрос; я чувствовал, что нет на человеческом языке такого слова, которое могло бы определить животворящую тайну этого каменного существа. Но я ни минуты не сомневался в том, что сторож, толкователь луврских чудес, говорит сухую правду, утверждая, что вот на этом узеньком диванчике, обитом красным бархатом, приходил сидеть Гейне, что здесь он сидел по целым часам и плакал: это непременно должно было быть; точно так

же я понял, что администрация Лувра сделала великое для всего мира дело, спрятав эту каменную загадку во время франко-прусской войны в деревянный дубовый ящик и схоронив этот ящик в глубине непроницаемых для прусских бомб подвалов; представить себе, что какой-то кусок чугуна, пущенный дураком, наевшимся гороховой колбасы, мог бы раздробить это в мелкие дребезги, мне казалось в эту минуту таким злодейством, за которое нельзя отомстить всеми жестокостями, изобретенными на свете. Разбить это! Да ведь это все равно что лишить мир солнца; тогда жить не стоит, если нельзя будет хоть раз в жизни не ощущать этого! Какие подлецы! Еле-еле домучаются до гороховой колбасы и смеют! Нет, ее нужно беречь как зеницу ока, нужно хранить каждую пылинку этого пророчества. Я не знал «почему», но я знал, что в этих витринах, хранящих обломки рук, лежат действительные сокровища; что надо во что бы то ни стало найти эти руки, что тогда будет еще лучше жить на свете, что вот тогда-то уж будет радость настоящая.

Долго ли я недоумевал над выяснением причин, так неожиданно расширивших, выпрямивших, свежестью и спокойствием наполнивших мою душу, я не помню. Появление какого-то россиянина, вся фигура которого говорила, что он уже вполне разлакомлен бульварными прелестями, а развязный взгляд этого человека, очевидно, только что позавтракавшего, стал так бесцеремонно «обшаривать» мою загадку, не находя, по-видимому, ничего особенного по своей части (такие ли он уж видал виды!), заставило меня уйти из этой комнаты. Я мог оскорбиться на этого развязного человека, а мне невозможно было даже мысли допустить, чтобы в эту минуту я мог даже подумать жить чем-нибудь таким, что составляло простую житейскую необходимость той поры, то есть того времени, когда я был скомканной перчаткой. Опять позволить скомкать себя так, как это было час тому назад и всю жизнь до этого часа? Нет, нет! Я не мог даже есть, пить в этот день, до такой степени мне казалось это ненужным и обидным для того нового, которое я в себе самом бережно принес в мою комнату.

С этого дня я почувствовал не то что потребность, а прямо необходимость, неизбежность самого, так сказать, безукоризненного поведения: сказать что-нибудь не то, что должно, хотя бы даже для того, чтобы не обидеть человека, смолчать о чем-нибудь нехорошем, затаив его в себе, сказать пустую, ничего не значащую фразу, единственно из приличия, делать какое-нибудь дело, которое могло бы отозваться в моей душе малейшим стеснением или, напротив, могло малейшим образом стеснить чужую душу, — теперь, с этого памятного дня, сделалось немислимым; это значило потерять счастье ощущать себя человеком, которое мне ста-

ло знакомо и которое я не смел желать убавить даже на волосок. Дорожа моей душевной радостью, я не решался часто ходить в Лувр и шел туда только в таком случае, если чувствовал, что могу «с чистою совестью» принять в себя животворную тайну. Обыкновенно я в такие дни просыпался рано, уходил из дому без разговоров с кем бы то ни было и входил в Лувр первым, когда еще никого там не было. И тогда я так боялся потерять вследствие какой-нибудь случайности способность во всей полноте ощущать то, что я ощутил здесь, что я при малейшей душевной нескладнице не решался подходить к статуе близко, а придешь, заглянешь издали, увидишь, что она тут, та же самая, скажешь сам себе: «Ну, слава богу, еще можно жить на белом свете!» — и уйдешь.

И все-таки я бы не мог определить, в чем заключается тайна этого художественного произведения и что именно, какие черты, какие линии животворят, «выпрямляют» и расширяют скомканную человеческую душу. Я постоянно думал об этом и все-таки ничего не мог бы передать и высказать определенного. Не знаю, долго ли бы я протомился так, если бы одно совершенно случайное обстоятельство не вывело меня, как мне кажется, на настоящую дорогу и не дало мне наконец-таки возможности ответить себе на неразрешимый для меня вопрос: в чем тут дело, в чем тайна? Совершенно случайно припомнилось мне старинное стихотворение в «Современнике» 55—56 годов; стихотворение носило название «Венера Милосская» и, кажется, принадлежит г-ну А. Фету. Когда-то я знал это стихотворение наизусть, но теперь не мог припомнить всего и вспомнил только несколько строк, не имеющих никакой друг с другом связи. Мне вспомнились такие стихи: «о чресл сияя наготой, цветет смеющееся тело неувядаемой красой...». Со словом «красой» рифмовала совершенно одиноко возникшая в моей памяти строчка: «и млея пеною морской» или «млея негою одной». Наконец припомнилась и еще строчка: «вся кипя (а может быть, и не так) пафосской (и это, может быть, неверно) страстью...». Вот и все, что мне припомнилось; но то, что рисовали эти строчки — «кипя страстью... смеющееся тело... млея пеною морской» или «негою одной», «цветет неувядаемой красой», — все это до такой степени было не то сравнительно с моим ощущением, что мне даже стало смешно.

В самом деле, всякий раз, когда я чувствовал неодолимую потребность «выпрямить» мою душу и идти в Лувр взглянуть, «все ли там благополучно», я никогда так ясно не понимал, как худо, плохо и горько жить человеку на белом свете сию минуту. Никакая умная книга, живописующая современное человеческое общество, не дает мне возможности так сильно, так сжато и притом совершенно ясно понять «горе» человеческой души, «горе» всего человеческого общества, всех человеческих порядков, как один

только взгляд на эту каменную загадку. Правда, я еще не могу найти связи между этой загадкой, выпрямляющей мою душу, и мыслью о том, как худо жить человеку, являющейся непосредственно вслед за ощущением, даваемым загадкой, но я положительно знаю собственным своим опытом, что в то же мгновение, когда я почувствую себя «выпрямленным», я немедленно же почему-то начинаю думать о том, как несчастлив человек, представляю себе все несчастье этой шумящей за стенами Лувра улицы и невольно, в смысле этого «человеческого горя», начинаю группировать все мною пережитое, виденное, слышанное до последней минуты сегодняшнего дня включительно, но я не ощущаю ни малейшей возможности сосредоточиться хотя на одну минуту на каких-нибудь частностях собственно женской красоты видимой мною загадки³.

Э.М. Ремарк

Тени в раю

— Я два года провел в Брюссельском музее.

— Работали там? — с удивлением спросил Меликов.

— Нет. Скрывался, — ответил я.

— От немцев?

— От немцев, которые оккупировали Бельгию.

— Два года? — снова удивился Меликов. — И вас не нашли?

— Нет. Нашли того человека, который меня прятал.

Меликов взглянул на меня...

— Каким образом вам удалось так долго скрываться? — спросил он, помолчав немного. — Разве в музее не было посетителей?

— Конечно, были. Днем я сидел взаперти в подвале, где находился запасник. Вечером директор приносил мне еду и выпускал меня на ночь из убежища. Из здания музея я не выходил, но мог выбираться из подвала. Свет, разумеется, нельзя было зажигать.

— А служащие музея что-нибудь знали?

— Нет. В запаснике не было окон. А когда кто-нибудь спускался в подвал, я сидел не шелохнувшись. Больше всего боялся чихнуть не вовремя.

— Вас из-за этого и обнаружили?

— Да нет. Кто-то обратил внимание, что директор либо чересчур часто засиживается в музее, либо возвращается туда по вечерам.

— Понятно, — сказал Меликов. — А читать вы могли?

³ Печатается по: Успенский Г.И. Рассказы. — М., 1979. — С. 355—359.

— Только в летние ночи или при лунном свете.

— Но ночью вам разрешалось гулять по музею и рассматривать картины?

— Да, пока они были видны.

Меликов улыбнулся...

— Чем я занимался в музее? Ждал вечера... Я стал ночами бродить по залам музея, рассматривать картины, запоминать их. Скоро я уже знал все полотна. И сидя днем в крошечной тьме, мысленно восстанавливал их в памяти. Я представлял их себе, следуя определенной системе, по порядку; иной раз на одну какую-нибудь картину тратил много дней. Порою на меня нападало отчаяние, но потом я начинал все сызнова. Если бы я просто любовался картинами, то, наверное, пропал бы. Но я придумал себе своего рода упражнение для памяти и благодаря этому все время совершенствовался. Теперь я уже не бился головой об стенку, я как бы поднимался вверх, ступенька за ступенькой. Понимаете?

— Да, вы не давали себе покоя, — сказал Меликов. — И у вас была цель. Это спасает.

— Одно лето я не расставался с Сезанном и с несколькими картинами Дега. Разумеется, это были воображаемые картины, и только в воображении я мог их оценить. Но все же я оценивал их. То был своего рода вызов судьбе. Я заучивал наизусть цвета и композицию, хотя никогда не видел ни одного цвета днем. Это был лунный Сезанн и ночной Дега. И я запоминал и сопоставлял эти картины в их сумеречном воплощении. Позже я нашел в библиотеке книги по искусству. И, присев под подоконником, усердно изучал их. Призрачный мир, но все же это был мир. <...>

За то время, что я пробыл в Брюссельском музее, я усвоил одну истину: вещи начинают говорить, только когда на них долго смотришь. А те вещи, которые говорят сразу, далеко не самые лучшие. Блуждая ночью по залам музея, я иногда забирал с собой какую-нибудь безделушку в свой темный подвал, чтобы там ее ощупать. Часто это были бронзовые статуэтки, и, так как музей славился своей коллекцией древней китайской бронзы, я с разрешения моего спасителя иногда уносил в запасник какую-нибудь из фигур. Я мог себе это позволить, поскольку сам директор зачастую брал домой для работы тот или иной экспонат. И если в музее недосчитывались какой-нибудь статуэтки, он говорил, что она у него. Так у меня выработалось особого рода умение оценивать на ощупь патину. К тому же я провел много ночей у музейных витрин и узнал кое-что о фактуре старых окисей, хотя никогда не видел их при дневном свете. Но подобно тому, как у слепого вырабатывается безошибочное осязание, так и у меня за это время появилось нечто похожее. <...>

* * *

До музея «Метрополитен» я добирался на автобусе — проехал по Пятой авеню до угла Восемьдесят третьей улицы. Музей еще был закрыт. Я прошел по Сентрал-парку позади музея до памятника Шекспиру, затем вдоль озера — до памятника Шиллеру, которого я сперва даже не узнал. Вероятно, его поставили здесь на деньги какого-нибудь немца-эмигранта несколько десятилетий назад.

Между тем открыли музей. Я был в нем не первый раз. Здесь все напоминало мне о времени, проведенном в Брюссельском музее, и, как ни странно, больше всего тишина в залах. Безграничная мучительная скука первых месяцев, монотонная напряженность и вечный страх, страх быть обнаруженным, лишь постепенно переходивший в своего рода фаталистическую привычку, — все это под конец ушло куда-то далеко. Осталась лишь эта зловещая тишина, ощущение полной оторванности от всего; я жил как бы в штилевом ядре, окруженном бурными вихрями торнадо, — там, где я был, царило полное безветрие, не полоскался, не шевелился ни один парус.

В первый раз, придя в музей, я боялся, что во мне всколыхнется очень многое, но теперь я знал, что «Метрополитен» лишь снова погружает меня в ту же защитную тишину. Ничто во мне не дрогнуло, пока я медленно брел по залам. Мир и тишина исходили даже от самых бурных батальных композиций на стенах — в них было что-то странно метафизическое, вневременное и потустороннее, какая-то поразительная умиротворенность от того, что прошлое безвозвратно кануло в небытие, умиротворенность и тишина, какую имел в виду пророк, говоря, что бог являет себя не в буре, а в тишине; эта всеобъемлющая тишина как бы пригвоздила вещи к своим местам, не давая войне войти в этот мир и взорвать его, — мне казалось даже, что она защищает и меня самого. Здесь, в этих залах, у меня родилось то безгранично чистое ощущение жизни, какое индийцы называют «самадхи», это ощущение нельзя забыть, оно взматается ввысь, словно сильная струя фонтана, а затем исчезает; остается лишь иллюзия, будто жизнь вечна и мы вечно пребудем в ней, если только нам удастся сбросить змеиную кожу собственного «я» и постигнуть, что смерть — всего лишь превращение. Подобная иллюзия возникла у меня перед картиной Эль Греко, изображающей Толедо — мрачный и возвышенный пейзаж; она висела рядом с гораздо большим по размерам полотном — портретом Великого инквизитора, этого благообразного прообраза гестаповцев и всех палачей мира. Я не знал, существует ли между этими картинами взаимосвязь, и вдруг в мгновенном озарении понял: ничто не связано друг с другом и все взаимосвязано, и эта всеобщая взаимосвязь — своего рода

извечный человеческий посох; один конец его — ложь, другой — непостижимая истина. Но чем является непостижимая истина? Непостижимой ложью?

В музее я оказался не случайно. Смерть Моллера задела меня сильнее, чем можно было ожидать. Мысли о нем преследовали меня, не давая ни минуты покоя. Именно поэтому я и отправился в музей и бродил по залам, переходя от одного полотна к другому, пока не дошел до картин Эль Греко.

Пейзаж Толедо произвел на меня сегодня мрачное и безрадостное впечатление. Вероятно, это объяснялось игрою света, а может, моим собственным мрачным настроением. Прежде я ничего не искал в этом пейзаже, сегодня же надеялся найти в нем утешение, но это был самообман: произведения искусства — не сестры милосердия. Кто ищет утешения, должен молиться. Но и это тоже всего лишь самовнушение. Пейзаж Эль Греко безмолвствовал. Он не говорил ни о вечной, ни о преходящей жизни — он был просто прекрасен и полон внутренней гармонии, однако сейчас, когда я искал в нем жизнь, чтобы отогнать мысли о смерти, мне вдруг почудилось в нем нечто загробное, будто я находился по ту сторону Ахерона. Зато огромный портрет Великого инквизитора светился сегодня особенно холодным красным светом, и глаза его следили за тобой, куда бы ты ни шел, словно он вдруг спустя столько веков ожил. Полотно было огромное, оно господствовало надо всем залом. И оно не было мертвым. Оно никогда не умрет. Пытки не прекращаются, страх не проходит. Спаситься никому не дано. Мне стало вдруг ясно, что убило Моллера.

Я дошел до зала, где экспонировалась китайская бронза. Мне нравились голубоватая бронза. Моя любимая чаша стояла в стеклянном шкафу, и я сразу направился к ней. Она была неполированной в отличие от зеленой бронзы великолепного алтаря эпохи Чжоу, стоявшего посреди зала; его бронзовые фигуры сияли, как нефрит, древность сообщала им шелковистый блеск. Я охотно подержал бы чашу несколько минут в руках, но она была недосягаема в стеклянном шкафу, что было вполне разумно, ведь даже невидимые капельки пота могли повредить драгоценный экспонат. Я задержался, пытаясь представить себе, какова она на ощупь. Удивительно, как это меня успокаивало. В высоком светлом помещении было что-то магическое — именно это и притягивало меня к антикварным магазинам на Второй и Третьей авеню. Время здесь останавливалось — время, которое я так бесполезно тратил только на то, чтобы остаться в живых⁴.

⁴ Печатается по: Ремарк Эрих Мария. Тени в раю. — М., 1972. — С. 9—10; 26—27; 144—147.

Раздел 3. МУЗЕЙ ДЛЯ ДВОИХ

В. Набоков

Другие берега

Мы пропускали школу... Мы сживали на скамейках в Таврическом Саду, сняв сначала ровную снежную попону с холодного сиденья, а затем варежки с горячих рук. Мы посещали музеи. В будни по утрам там бывало дремотно и пусто, и климат был оранжерейный по сравнению с тем, что происходило в восточном окне, где красное, как апельсин-королек, солнце низко висело в замерзшем сизом небе. В этих музеях мы отыскивали самые отдаленные, самые неказистые зальца, с небольшими смуглыми голландскими видами конькобежных утех в тумане, с офортами, на которые никто не приходил смотреть, с палеографическими экспонатами, с тусклыми макетками, с моделями печатных станков и тому подобными бедными вещицами, среди которых посетителем забытая перчатка прямо дышала жизнью. Одной из лучших наших находок был незабвенный чулан, где сложены были лесенки, пустые рамы, щетки. В Эрмитаже, помнится, имелись кое-какие уголки, — в одной из зал среди витрин с египетскими, прескверно стилизованными, жуками, за саркофагом какого-то жреца по имени Нана. В Музее Александра Третьего, тридцатая и тридцать третья залы, где свято хранились такие академические никчемности, как, например, картины Шишкова и Харламова, — какая-нибудь «Просека в бору» или «Голова цыганенка» (точнее не помню), — отличались закутами за высокими стеклянными шкапами с рисунками и оказывали нам подобие гостеприимства, — пока не ловил нас грубый инвалид. Постепенно из больших и знаменитых музеев мы переходили в маленькие, в Музей Суворова, например, где, в герметической тишине одной из небольших комнат, полной дряхлых доспехов и рваных шелковых знамен, восковые солдаты в ботфортах и зеленых мундирах держали почетный караул над нашей безумной неосторожностью. Но куда бы мы ни заходили, рано или поздно тот или другой седой сторож на замшевых подошвах присматривался к нам, что было нетрудно в этой глуши, — и приходилось опять переселяться куда-нибудь, в Педагогический Музей, в Музей придворных карет, и, наконец, в крохотное хранилище старинных географических карт, — и оттуда опять на улицу, в вертикально падающий крупный снег Мира Искусства¹.

¹ Печатается по: Набоков Владимир. Собр. соч. в 4-х т. — М., 1990. — Т. 4. — С. 490.

Л. Зорин

Варшавская мелодия

Музей. Статуи и картины

Геля. Только что была Москва и — вот... В каком мы веке? Витек, это чудо. Ты веришь в чудеса?

Виктор. Все в мире — от электричества.

Геля. Ты ужасно шутишь, но я тебе прощаю за то, что ты меня сюда привел.

Виктор. Что делать, если некуда деться.

Геля. Витек, не разрушай настроения.

Виктор. Из нас двоих я — разумное начало.

Геля. Это новость для меня. Смотри, какая красавица. Ты бы мог ее полюбить?

Виктор. Красавиц не любят, любят красоток.

Геля. Ты невозможен. Она прекрасна.

Виктор. Уж очень несовременна. Лед.

Геля. Мы тоже будем несовременны.

Виктор (беспечно). Когда это будет!

Геля. Скорей, чем ты думаешь. Вспомни, что пишет Хайям.

Виктор. А что он пишет?

Геля. «Еще умчался день, а ты и не заметил».

Виктор. И далее он говорил: по этому поводу выпьем.

Геля. Здесь — хорошо. Ты отлично придумал.

Виктор. У меня светлая голова.

Геля. Мне жаль, что ты не был в Кракове. Я бы водила тебя в Вавель.

Виктор. А что это — Вавель?

Геля. Это древний замок. Там похоронены все польские короли. И многие люди. Словацкий, Мицкевич.

Виктор. Все-таки это занятно, правда? Поэты плохо живут с королями, а хоронят их вместе.

Геля. Видишь, Витек, музей действует и на тебя. Ты стал очень... как это... глубокомысленный.

Виктор. Я всегда такой. (*Кивая на статую.*) Спрячемся за этого типа и поцелуемся.

Геля. Я говорила, ты сегодня... в ударе.

(*Они заходят за статую и целуются.*)

Виктор. Дежурная, по-моему, спит.

Геля. Я боялась, что здесь будут экскурсии. Я очень не люблю экскурсии, это мой недостаток. Правда, ничего не надо объяснять? Пускай люди думают сами.

Виктор (быстро целует ее). Пока дежурная не проснулась.

Геля (прислонясь к статуе). В крайнем случае нас защитит наш атлет.

Виктор. Мы сами себя защитим.

Геля. Но он очень сильный. Смотри, какие у него мышцы.

Виктор. Видишь, что значит заниматься спортом.

Геля. Я знаю, знаю — у тебя под кроватью две гири.

Виктор. А что тут плохого?

Геля. Я немножко боюсь спорта. Спортсмены слишком ценят силу.

Виктор. Это не грех.

Геля. Ты очень сильный?

Виктор. Не слабый, конечно.

Геля. Приятно быть сильным?

Виктор. Очень приятно.

Геля. А что тебе приятно?

Виктор. Я сам не знаю... Должно быть, какая-то независимость.

Геля. Может быть, зависимость других?

Виктор. Я не драчун. Но надо уметь дать сдачи.

Геля. Так. Но сегодня человек дает сдачи, видит, что это получается, и завтра он бьет первым.

Виктор. Хорошо. Я буду подставлять другую щеку.

Геля. Наверное, я очень глупая, Витек, и надо мной нужно весело смеяться, но я ничего не могу с собой сделать. Для меня сила почти всегда — рядом с насилем...

Виктор. Геля, ты говоришь про фашизм...

Геля. А я теперь часто думаю про фашизм. И слушай — иногда он выглядит очень... обаятельным. Такой бодрый, веселый, сапоги блестят, уверенность в будущем. Оптимизм. Он целые страны соблазнил своей улыбкой.

Виктор. Слушай... Война кончилась в сорок пятом.

Геля. Так. Правда... У тебя снова идея?

Виктор. За этой богиней нас никто не увидит².

(Заходят за статую и целуются. Свет гаснет.)

² Печатается по: Зорин Леонид. Избранное. — М., 1986. — С. 380—384.

Раздел 4. НЕ ПОНИМАЮ, НЕ ЛЮБЛЮ...

П. Валерии

Проблема музеев

Я не слишком люблю музеи. Многие из них прекрасны, но нет среди них очаровывающих. Идеи классификации, сохранности и общественной пользы, точные и ясные, плохо вяжутся с очарованием.

Первый же шаг к прекрасным вещам — и чья-то рука отбирает у меня трость, а надпись воспрещает мне курить

Уже охлажденный авторитарным жестом и чувством принудительности, я вхожу в какой-нибудь зал скульптуры, где царствует холодное смятение. Чей-то ослепительный бюст виден сквозь ноги некоего бронзового атлета. Спокойствие и неистовства, жеманство, улыбки, ракурсы, неустойчивейшие равновесия слагают во мне нестерпимое впечатление. Я пребываю в гуще оцепенелых существ, из коих каждое требует, пусть безуспешно, небытия всех остальных. Умолчу о хаосе всех этих величин, лишенных общего мерила, о необъяснимой смеси карликов и гигантов, наконец — о той схематичности развития, какую предлагает нам подобное сборище творений, совершенных и незаконченных, изуродованных и восстановленных, чудовищных и вылощенных...

С душой, готовой ко всем мучительствам, следую дальше, к живописи. Передо мной разворачивается странный, организованный беспорядок. Меня охватывает священный ужас. <...> Скоро я перестая уже осознавать, что привело меня сюда, в эти навощенные пустынности, на которых лежит печать храма и салона, кладбища и школы... Пришел ли я поучаться, или искать радости глаза, или же выполнить долг и удовлетворить требование приличий? <...>

Только цивилизация, лишенная чувства наслаждения и чувства разумности, могла воздвигнуть этот дом бессмыслицы. Есть какое-то безумие в подобном соседстве мертвых видений. Они ревнуют друг к другу, дерутся за взгляд, который приносит им жизнь. Со всех сторон зовут они к себе мое неделимое внимание; они неистовствуют вокруг живой точки, которая бросает всю машину тела к тому, что влечет...

Ухо не могло бы слушать десять оркестров сразу. Ум не в состоянии ни воспринимать, ни вести разом несколько операции, — равно как нет одновременности для нескольких мыслей. Между тем глаз, <...> в единое

мгновение своего созерцания вынужден сразу вместить *портрет* и *марину*, *кухню* и *апофео*, явления самых различных состояний и измерений; и того пуше, — он должен воспринять одним и тем же взглядом гармонию и живописные приемы, лишённые соответствия. <...>

Я думаю о том, что ни Египет, ни Китай, ни Эллада — у коих были мудрость и утонченность — не знали этой системы сочетания произведений, пожирающих друг друга. Они не соединяли несовместимые единицы наслаждения применительно к их инвентарным номерам и соответственно отвлеченным принципам <...>.

Продукция бесчисленных часов, потраченных столькими мастерами на рисование и живопись, обрушивается в несколько мгновений на ваши чувства и разум, но и эти часы в свой черед несут груз годов отданных поискам, опытам, усидчивости, гению!.. Неизбежно должны мы пасть под их бременем. Что же делать? Мы *становимся поверхностными*.

Или же делаемся эрудитами. Но в делах искусства эрудиция есть род немощи: она освещает отнюдь не самое тонкое и углубляет вовсе не наиболее существенное. Она подменяет ощущение гипотезами и встречу с шедеврами — бесчисленностью воспоминаний. Она добавляет к музею неограниченную библиотеку — Венера, ставшая документом¹.

М. Цветаева

Лавровой венок (памяти проф. И.В. Цветаева)

Поступил к нам дворник, прямо из деревни, — семнадцати лет, круглолицый, кареглазый, с щеками пышущими, как те печи, которые он так жарко и с таким жаром топил, — по имени Алексей, и, действительно, Божий человек, даже Божие дитя: не пил, не курил, только спал. Зато — спал непробудно.

И вот, это самое «Божие дитя», однажды, мне: «Барышня, как бы мне посмотреть нашего барина заведение? Говорят, сам государь на освящение пожалует, так как бы мне уж заодно...» За утренним чаем я, отцу: «Папа, ты не можешь показать Алексею музей?» — «С удовольствием. Кто такой Алексей?» — «А это наш дворник. Он очень интересуется...» — «Гм-м... навряд ли он... А впрочем, пусть посмотрит...». За вечерним чаем того же дня: — «Водил, папа, Алексея?» — «А как же!» — «Ну, как?» — «Да видишь ли, как человек непросвещенный и даже придурковатый, он, завидев всех моих

¹ Печатается по: Валерии Поль. Об искусстве. — М., 1993. — С. 205—208.

Гераклов и Венер, так застыдился — и даже испугался, что, представь себе, всю дорогу шел «слепой». Да, да, да. Закрылся локтем и таким манером прошел по всему музею.

— Да ты, Алексей, гляди! Сейчас ничего такого нет!

Куда там! Красный как рак взглянет на секунду из-под локтя и как ошпаренный опять зажмурится. Тут я его и отпустил». Утром Алексей приходит топить печку. «Ну, что, Алексей, понравился тебе музей?» — «Здание хорошее». — «Почему же ты все время шел слепой?» Алексей, шепотом: «Женщины голые...» На кухне же объяснялся вольнее: «Конечно, барину видней, и медали у них все, а я человек деревенский, а все — чудно! На старости лет, а чем занялись! Баб голых понаставили да мужиков! Да еще освящать задумали... Да поп — увидит — как плюнет! Музей!» <...>

За день до открытия музея, рано утром, за отцом из музея спешно приехал курьер. «Что такое?» — «Не могут знать, только просили поскорее и во всем обычном...» Отец сразу отправился. Вернулся довольно скоро. «За чем вызывали?» — «А показать молодой государыне музей». — «Одной?» — «Да. Она, бедняжка, страдает нервами, не выносит скопления людей, вот и решила посмотреть заранее». — «Как же это было?» — «Слуга вез кресло на колесах, я шел рядом». — «Она что-нибудь спрашивала?» — «Нет, ничего. Так и проехала молча по всем залам». — «И даже не сказала, что понравилось?» — «Нет. Она, должно быть, бедняжка, совсем больная: лихорадочные щеки, взгляд отсутствующий... Я сначала, было, называл залы, а потом и перестал: вижу — не до меня. Ни разу не взглянула ни направо, ни налево, так и проглядела в одну точку. Но под конец все-таки сказала: «Благодарю вас, профессор»... Бедная женщина! Бедная женщина!»

Так это у меня и осталось, невиданным мною видением: в ранний час утра, в катящемся кресле, по пустынным залам, между белых статуй...²

В. Набоков

Посещение музея

Это был небольшой, из пестрых камней сложенный дом с колоннами, с золотой надписью над фресками фронтона и с двумя каменными скамьями на львиных лапах по бокам бронзовой двери; одна ее половина была отворена, и за ней казалось темно по сравнению с мерцанием ливня.

² Печатается по: Цветаева Марина. Собр. соч. в семи томах. — М., 1995. — Т. 5. — С. 162—164.

Я постоял на ступеньках, которые, несмотря на выступ крыши, постепенно становились крапчатыми, а затем, видя, что дождь зарядил надолго, я от нечего делать решил войти. Только я ступил на гладкие, звонкие плиты вестибюля, как в дальнем углу громыхнул табурет, и навстречу мне поднялся, отстраняя газету и глядя на меня поверх очков, музейный сторож, — банальный инвалид с пустым рукавом. Заплатив франк и стараясь не смотреть на какие-то статуи в сенях (столь же условные и незначительные, как первый номер цирковой программы), я вошел в залу.

Все было, как полагается: серый цвет, сон вещества, обеспредметившаяся предметность; шкаф со стертymi монетами, лежащими на бархатных скатиках, а наверху шкапа — две совы, — одну звали в буквальном переводе «Великий князь», другую «Князь средний»; покоились заслуженные минералы в открытых гробах из пыльного картона; фотография удивленного господина с эспаньолкой высилась над собранием странных черных шариков различной величины, занимавших почетное место под наклонной витриной: они чрезвычайно напоминали подмороженный навоз, и я над ними невольно задумался, ибо никак не мог разгадать их природу, состав и назначение. Сторож, байковыми шажками следовавший за мной, но все остававшийся на скромном от меня расстоянии, теперь подошел, одну руку держа за спиной, а призрак другой в кармане, и переглатывая, судя по кадыку. «Что это?» — спросил я про шарики. «Наука еще не знает, — отвечал он, несомненно зазубрив фразу. — Они были найдены, — продолжал он тем же фальшивым тоном, — в тысяча восемьсот девяносто пятом году муниципальным советником Луи Прадье, кавалером почетного ордена», — и дрожащим перстом он указал на снимок. «Хорошо, — сказал я, — но кто и почему решил, что они достойны места в музее?» «А теперь обратите внимание на этот череп!» — бодро крикнул старик, явно меняя тему беседы. «Интересно все-таки знать, из чего они сделаны», — перебил я его. «Наука...» — начал он сызнова, но осекся и недовольно взглянул на свои пальцы, к которым пристала пыль со стекла.

Я еще осмотрел китайскую вазу, привезенную, вероятно, морским офицером; компанию пористых окаменелостей; бледного червяка в мутном спирту; красно-зеленый план Монтизера в XVII веке; и тройку ржавых инструментов, связанных траурной лентой, — лопата, цапка, кирка. «...Копать прошлое», — рассеянно подумал я, но уж не обратился за разъяснением к сторожу, который, лавируя между витрин, бесшумно и робко за мной следовал. За первой залой была другая, как будто последняя, и там, посредине, стоял, как грязная ванна, большой саркофаг, а по стенам были развешаны картины.

Сразу заприметив мужской портрет между двумя гнусными пейзажами (с коровами и настроением), я подошел ближе и был несколько потрясен, найдя то самое, существование чего дотоле казалось мне попутной выдумкой блуждающего рассудка. Весьма дурно написанный маслом мужчина в сюртуке, с бакенбардами, в крупном пенсне на шнурке, смахивал на Оффенбаха, но, несмотря на подлую условность работы, можно было, пожалуй, разглядеть в его чертах как бы горизонт сходства с моим приятелем. В уголке по черному фону была кармином выведена подпись: «Леруа» — такая же бездарная, как само произведение.

Я почувствовал у плеча укусное дыхание и, обернувшись, увидел добрые глаза сторожа.

— Скажите, — спросил я, — если б, положим, кто-нибудь захотел купить эту или другую картину, — к кому следовало бы обратиться?

— Сокровища музея — честь города, — отвечал старик, — а честь не продается³.

Джером К. Джером

Трое в лодке, не считая собаки

Однажды в сияющее солнечное утро я стоял, прислонясь к низкой каменной стене, служившей оградой маленькой деревенской церкви, и курил, погруженный в спокойное, счастливое созерцание. <...>

Это был чудесный пейзаж! Идиллический и поэтический. Он вдохновлял меня... Я чувствовал, что становлюсь добрым и благородным. Я чувствовал, что готов отречься от зла и греха. <...> И в эту минуту я простил своим родными и друзьям их прегрешения и благословил их. <...>

Вдруг меня вывел из задумчивости чей-то пронзительный голос:

— Сию минуту, сэр! Бегу, бегу! Погодите, сэр! Сию минуту!

Я оглянулся и увидел лысого старикашку, который торопливо ковылял по кладбищу, направляясь ко мне. В его руке была гигантская связка ключей, которые громыхали при каждом его шаге.

Величественным мановением руки я велел ему удалиться, но он тем не менее приближался, истошно крича:

— Иду, иду, сэр! Я, видите ли, прихрамываю. Да, старость не радость, сэр! Прошу сюда, сэр!

— Прочь, несчастный старец, — промолвил я.

— Я уж и так спешил, сэр! — ответил он. — Моя благоверная только сейчас вас заприметила. Идите за мной, сэр!

³ Печатается по: Набоков Владимир. Собр. соч. в 4-х т. — М., 1990. — Т. 4. — С. 352—353.

— Прочь, — повторил я, — оставьте меня в покое, или я перелезу через стену и убью вас.

Старик оторопел.

— Вы не хотите осмотреть памятники? — спросил он.

— Не хочу, — ответил я. — Я хочу стоять здесь, прислонившись к этой старой каменной стене. Уходите, вы отвлекаете меня. Моя душа — средоточие великих и благородных помыслов. И я не желаю рассеиваться, ибо ощущаю благодать. Не вертитесь под ногами, не выводите меня из себя, разгоняя мои лучшие чувства болтовней об этих идиотских памятниках. <...>

Старик на мгновение растерялся. Он протер глаза и воззрился на меня. С виду я был человек как человек. Он ничего не понимал.

Он сказал:

— Вы приезжий? Вы здесь не живете?

— Нет, — ответил я. — Не живу. — Если бы я здесь жил, то *вы* бы уже здесь не жили.

— Так, значит, вы желаете посмотреть памятники... могилки... понимаете? <...>

— Вы шарлатан, — сказал я, начиная раздражаться. — Я не желаю осматривать памятники. Никаких памятников. К чему мне это? У нас есть свои семейные памятники <...>. Когда я желаю полюбоваться на памятники, я отправляюсь туда и упиваюсь этим зрелищем. Чужих мне не надо. <...> Когда вас похоронят, я, так и быть, приду посмотреть на вашу могилу. Это все, что я могу для вас сделать.

Старик зарыдал. Он сообщил, что один из памятников увенчан каким-то обломком, о котором толкуют, будто он был частицей окаменевшего человека, а на другом памятнике выгравирована надпись, которую до сих пор никто не мог разобрать.

Но я был неумолим. И старик сказал дрожащим голосом:

— Но все-таки вы посмотрите историческое окно?

Я отказался даже от исторического окна, и тут он выпустил свой последний козырь. Он подошел ко мне вплотную и хрипло прошептал:

— Там в склепе, под церковью у меня припрятана парочка черепов. Так и быть, можете на них взглянуть. Пройдемте, посмотрите на черепа. У вас ведь каникулы, молодой человек, и вам необходимо развлечься. Я покажу вам черепа!

Тут я обратился в бегство и долго еще слышал за своей спиной:

— Пойдемте, я покажу вам черепа! Вернитесь, взгляните на черепа!⁴

⁴ Печатается по: Джером К. Джером. Трое в лодке, не считая собаки. — М., 1979. — С. 80—83.

У. Эко

Маятник Фуко

Посетитель Консерватории Науки и Техники в Париже, пройдя через двор восемнадцатого века и после этого несколько коридоров, вступает в древнюю аббатскую церковь, врезанную в более новый комплекс зданий, как прежде она была облеплена со всех сторон строениями приората. При входе сразу перехватывает дух от странного союза горней запредельной стрельчатости с хтоническим миром пожирателей солярки и мазута.

По низу тянется процессия самоходов, самокатов и паровых экипажей, сверху висят воздухоплавательные машины пионеров, одни предметы целы, другие ободраны, истрепаны временем, и все они вместе предстают под смешанным — естественным и электрическим — светом как будто в патине, в лаке коллекционной виолончели: иногда сохраняется только скелет, шасси, наворот приводов и рукоятей, и сулит неопишуемые пытки, так и видишь себя прикрученным цепями к этому ложу откровенности, вот-вот оно шевельнется, пойдет копать твое мясо и рыться в жилах до полного и чистосердечного признания.

А за этой вереницей старых движков, ныне безвредных, с заржавелою душою, символов технологической суетности, с левого фланга под надзором статуи Свободы, уменьшенного макета той, которую Бартольди спроектировал для другого мира, а ежели повернуться направо — статуи Паскаля, — над всем этим высится хор, и в пустоте хора вокруг метаний Маятника кружит и бьется бред сумасшедшего энтомолога: клешни, челюсти, усы, членики, крылья, ножки — мавзолей механических мумий, способных просыпаться в какие-то секунды, — магниты, однофазные трансформаторы, турбины, преобразователи частот, паровые машины, динамо; а в глубине за Маятником, в затененном трансепте, — ассирийские, халдейские, карфагенские идолы, великие Ваалы, чье чрево беременно пламенем, нюрнбергские девы, чье сердце усеяно гвоздями, оголено, — когда-то они были моторами самолетов, — хоровод моделей, распластавшихся в рабском обожании Маятника: се детища Разума и Света, приговоренные вечно оберегать Воплощение Предания и Познания.

Скучающие туристы, несущие девять франков в кассу, а по воскресеньям идущие бесплатно, таким образом, могут подумать, что господа девятнадцатого века с бородами, желтыми от никотина, с воротничком засаленным и мятым, с бантом черного цвета, в рединготе, пропахшем понюшками, с руками, потемневшими от щелочей, с мозгами, окисленными в академических интригах, карикатурные существа, зовущие друг друга «*cher maitre*», разместили эти предметы под этим сводом из чистой

любви выставляться, ради убогаторения как буржуазной, так и радикальной прослойки, во славу достижений знания и прогресса... Нет, нет, Сен-Мартен-де-Шан был запланирован, и на этапе аббатства, и на этапе революционного музея, для хранения сверхсекретных данных, и самолеты, самоходные машины и магнитные скелеты, согласно заданию, ведут условный диалог, к которому я до сих пор не имею ключа⁵.

3. Лени

Краеведческий музей

Бригадир не подавал поначалу вида, производит ли на него музей впечатление, он оглядывал все экспонаты с неизменным выражением лица, задумчиво, словно бы сравнивая их с установленными нормами и образцами. Но, остановившись у мазурских музыкальных инструментов, у гуди-горшка и у чертовой скрипки, он усмехнулся, а потом, едва заметно улыбаясь, оглядел комнату «Звери нашего края», резную кухонную утварь и мою коллекцию игрушек, по заверению многих и многих посетителей, самую богатую, самую значительную коллекцию юго-восточных земель. Профессор похвалил содержимое Соколкенского ларца, восхитился он и вышивкой бисером... Оружейную комнату Мельцер-Тапиу осмотрел, одобрительно кивая, он снял со стены наконечник копья и обоюдоострый нож, повертел ими на свету и решил:

— Погребальные вложения в захоронение воина-вандала, последнее столетие до нашей эры.

В комнате с орудиями труда бригадир определил возраст деревянного плуга и, не допустив ни единой ошибки, привел в движение прялку, после чего ему потребовалось выпить водки. <...> После обхода профессор счел нужным подвести итоги своим впечатлениям и, обращаясь опять исключительно к Билице, произнес свой приговор:

— Оснований для содействия нет... Нет, ценности он не потерял, но и для содействия ему в нашем смысле оснований нет.

А когда Конни, разыгрывая недоумение, спросил дальше, что же требуется, чтобы основания для содействия имелись, бригадир сослался на «трогательную случайность» наших экспонатов и на «отсутствие тенденции» в обхождении с историей.

Опрокинув вторую рюмку, бригадир продолжал:

— Какой прок в том, что одна находка прилагается к другой? Свое значение предметы обретают в зависимости от того, как их подать, иначе

⁵ Печатается по: Эко У. Маятник Фуко. — СПб, 2001. — С. 15—16.

говоря, если их ставят на службу определенной идее, определенному великому замыслу. Каждый знает, что наши предки трудились, сражались, что они берегли свои обычаи. Доказывать это вряд ли имеет смысл. Важно другое: находки должны доказывать, что мазуры с древнейших времен воспринимали себя форпостом германского духа на Востоке. Древние находки должны не только о чем-то свидетельствовать, но и демонстрировать, и агитировать⁶.

И. Ильф, Е. Петров

12 стульев

Есть в Москве особая категория людей. Она ничего не понимает в живописи, не интересуется архитектурой и не любит памятников старины. Эта категория посещает музеи исключительно потому, что они расположены в прекрасных зданиях. Эти люди бродят по ослепительным залам, завистливо рассматривают расписанные потолки, трогают руками то, что трогать воспрещено, и беспрерывно бормочут:

— Эх! Люди жили!

Им не важно, что стены расписаны французом Пюви де Шаванном. Им важно узнать, сколько это стоило бывшему владельцу особняка. Они поднимаются по лестнице с мраморными изваяниями на площадках и представляют себе, сколько лакеев стояло здесь, сколько жалованья и чаевых получал каждый лакей. На камине стоит фарфор, но они, не обращая на него внимания, решают, что камин — штука невыгодная: слишком много уходит дров. В столовой, обшитой дубовой панелью, они не смотрят на замечательную резьбу. Их мучит одна мысль: что ел здесь бывший хозяин-купец и сколько бы это стоило при теперешней дороговизне?

В любом музее можно найти таких людей. В то время как экскурсии бодро маршируют от одного шедевра к другому, такой человек стоит посреди зала и, не глядя ни на что, мычит, тоскуя:

— Эх! Люди жили!

<...>

Лиза вытерла платочком рот и смахнула с кофточки крошки. Ей стало веселее. Она стояла перед вывеской:

МУЗЕЙ МЕБЕЛЬНОГО МАСТЕРСТВА

Возвращаться домой было неудобно. Идти было не к кому. В карманчике лежало двадцать копеек. И Лиза решила начать самостоятельную

⁶ Печатается по: Ленц З. Краеведческий музей. — М., 1982. — С. 296—297.

жизнь с посещения музея. Проверив наличие, Лиза пошла в вестибюль.

Там она сразу наткнулась на человека в подержанной бороде, который, упершись тягостным взглядом в малахитовую колонну, цедил сквозь усы:

— Богато жили люди!

Лиза с уважением посмотрела на колонну и прошла наверх.

В маленьких квадратных комнатах, с такими низкими потолками, что каждый входящий туда человек казался гигантом, Лиза бродила минут десять.

Это были комнаты, обставленные павловским ампиром, красным деревом и карельской березой — мебелью строгой, чудесной и воинственной. Два квадратных шкафа, стеклянные дверцы которых были крестнакрест пересечены копиями, стояли против письменного стола. Стол был безбрежен. Сесть за него было все равно что сесть за Театральную площадь, причем Большой театр с колоннадой и четверкой бронзовых коняг, волокущих Аполлона на премьеру «Красного мака», показался бы на столе чернильным прибором. Так, по крайней мере, чудилось Лизе, воспитываемой на морковке, как некий кролик. По углам стояли кресла с высокими спинками, верхушки которых были загнуты на манер бараньих рогов. Солнце лежало на персиковой обивке кресел.

В такое кресло хотелось сейчас же сесть, но сидеть на нем воспрещалось.

Лиза мысленно сопоставила, как выглядело бы кресло бесценного павловского ампира рядом с ее матрасом в красную полоску. Выходило — ничего себе. Она прочла на стене табличку с научным и идеологическим обоснованием павловского ампира и, огорчаясь тому, что у нее с Колей нет комнаты в этом дворце, вошла в неожиданный коридор.

По левую руку от самого пола шли низенькие полукруглые окна. Сквозь них, под ногами, Лиза увидела зал с колоннами. В зале тоже стояла мебель и блуждали посетители. Лиза остановилась. Никогда еще она не видела зала у себя под ногами.

Дивясь и млея, она долго смотрела вниз. Вдруг там от кресел к бюро переходят ее сегодняшние знакомые Бендер и его спутник, бритоголовый представительный старик.

— Вот хорошо! — сказала Лиза. — Будет не так скучно⁷.

⁷Печатается по: Ильф И., Петров Е. 12 стульев. — М., 1968. — С. 146—149.

В. Пелевин

Золотая комната

Когда с Татарского сняли повязку, он уже совершенно замерз. Особенно холодно было босым ступням на каменном полу. Открыв глаза, он увидел, что стоит в дверях просторного помещения, похожего на фойе кинотеатра, где, судя по всему, происходит нечто вроде фуршета. Он сразу заметил одну странность — в облицованных желтым камнем стенах не было ни одного окна, зато одна из стен была зеркальной, из-за чего освещенный яркими галогенными лампами зал казался значительно больше, чем был на самом деле. Собравшиеся в зале люди тихо переговаривались и разглядывали листы с машинописным текстом, развешанные по стенам. Несмотря на то что Татарский стоял в дверях совершенно голый, собравшиеся не обратили на него особого внимания — разве что равнодушно поглядели двое или трое. Татарский много раз видел по телевизору практически всех, кто находился в зале, но лично не знал никого, кроме Фарсука Сейфуль-Фарсейкина, стоявшего у стены с бокалом в руке. Еще он заметил секретаршу Азадовского Аллу, занятую разговором с двумя пожилыми плейбоями, — из-за распущенных белесых волос она походила на немного грешную медузу. Татарскому показалось, что где-то в толпе мелькнул клетчатый пиджак Морковина, но он сразу же потерял его из виду.

— Иду-иду, — долетел голос Азадовского, и он появился из прохода в какое-то внутреннее помещение. — Прибыл? Чего у дверей стоишь? Заходи, не съедем.

Татарский пошел ему навстречу. От Азадовского пахло винцом; в галогенном свете его лицо выглядело усталым.

— Где мы? — спросил Татарский.

— Примерно сто метров под землей, район Останкинского пруда. Ты извини за повязочку и все дела — просто перед ритуалом так положено. Традиции, мать их. Боишься?

Татарский кивнул, и Азадовский довольно засмеялся.

— Плюнь, — сказал он. — Это все туфта. Ты пока прогуляйся, посмотри новую коллекцию. Два дня как развесили. А у меня тут пара важных терок.

Он поднял руку и щелчком пальцев подозвал секретаршу.

— Вот Алла тебе и расскажет. Это Ваван Татарский. Знакомы? Покажи ему тут все, ладно?

Татарский остался в обществе секретарши.

— Откуда начнем осмотр? — спросила она с улыбкой.

— Отсюда и начнем, — сказал Татарский. — А где коллекция?

— Так вот она, — сказала секретарша, кивая на стену. — Это испанское собрание. Кого вы больше любите из великих испанцев?

— Это... — сказал Татарский, напряженно вспоминая подходящую фамилию, — Веласкеса.

— Я тоже без ума от старика, — сказала секретарша и посмотрела на него холодным зеленым глазом. — Я бы сказала, что это Сервантес кисти.

Она аккуратно взяла Татарского за локоть и, касаясь его голой ноги высоким бедром, повела к ближайшему листу бумаги на стене. Татарский увидел на нем пару абзацев текста и синюю печать. Секретарша близоруко нагнулась к листу, чтобы прочесть мелкий шрифт.

— Да, как раз это полотно. Довольно малоизвестный розовый вариант портрета инфанты. Здесь вы видите нотариальную справку, выданную фирмой «Оппенхайм энд Радлер», о том, что картина действительно была приобретена за семнадцать миллионов долларов в частном собрании.

Татарский решил не подавать виду, что его что-то удивляет. Да он, собственно, и не знал толком, удивляет его что-то или нет.

— А это? — спросил он, указывая на соседний лист бумаги с текстом и печатью.

— О, — сказала Алла, — это наша жемчужина. Это Гойя, мотив Махи с веером в саду. Приобретена в одном маленьком кастильском музее. Опять-таки «Оппенхайм энд Радлер» не даст соврать — восемь с половиной миллионов. Изумительно.

— Да, — сказал Татарский. — Правда. Но меня, честно говоря, гораздо больше привлекает скульптура, чем живопись.

— Еще бы, — сказала секретарша. — Это потому что в трех измерениях привыкли работать, да?

Татарский вопросительно посмотрел на нее.

— Ну, трехмерная графика. С бобками этими...

— А, — сказал Татарский, — вы вот про что. Да, и работать привык, и жить.

— Вот и скульптура, — сказала секретарша и подтащила Татарского к новому бумажному листу, где текста было чуть побольше, чем на остальных. — Это Пикассо. Керамическая фигурка бегущей женщины. Не очень похоже на Пикассо, вы скажете? Правильно. Но это потому, что посткубистический период. Тринадцать миллионов долларов почти, можете себе представить?

— А сама статуя где?

— Даже не знаю, — пожала плечами секретарша. — Наверно, на складе каком-нибудь. А если посмотреть хотите, как выглядит, то вон каталог лежит на столике.

— А какая разница, где статуя?

Татарский обернулся. Сзади незаметно подошел Азадовский.

— Может, и никакой, — сказал Татарский. — Я, по правде сказать, первый раз сталкиваюсь с коллекцией такого направления.

— Это самая актуальная тенденция в дизайне, — сказала секретарша.

— Монетаристический минимализм. Родился, кстати, у нас в России.

— Иди, погуляй, — сказал ей Азадовский и повернулся к Татарскому: — Нравится?

— Интересно. Только не очень понятно.

— А я объясню, — сказал Азадовский. — Это гребаное испанское собрание стоит где-то двести миллионов долларов. И еще тысяч сто на искусствоведов ушло. Какую картину можно, какая будет не на месте, в какой последовательности вешать и так далее. Все, что упомянуто в накладных, куплено. Но если привезти сюда эти картины и статуи, а там еще гобелены какие-то есть и доспехи, тут пройти будет негде. От одной пыли задохнешься. И потом... Честно сказать — ну раз посмотрел на эти картины, ну два, а потом — чего ты нового увидишь?

— Ничего.

— Именно. Так зачем их у себя-то держать? А Пикассо этот, по-моему, вообще мурак полный.

— Здесь я не вполне соглашусь, — сглотнув, сказал Татарский. — Или, точнее, соглашусь, но только начиная с посткубистического периода.

— Я смотрю, ты башковитый, — сказал Азадовский. — А я вот не рублю. Да и на фига это надо? Через неделю уже французская коллекция будет. Вот и подумай — в одной разберешься, а через неделю увезут, другую повесят — опять, что ли, разбираться? Зачем?

Татарский не нашелся что ответить.

— Вот я и говорю, незачем, — констатировал Азадовский. — Ладно, пошли. Пора начинать. Мы потом сюда еще вернемся. Шампанского выпить⁸.

⁸ Печатается по: Пелевин В. Ceneration «П». — М., 2005. — С. 324—326.

Раздел 5. ЭКСКУРСОВОД И ЭКСКУРСАНТ СМОТРЯТ ДРУГ НА ДРУГА

С. Довлатов

Заповедник

Наконец я отважился приступить к работе. Мне досталась группа туристов из Прибалтики. Это были сдержанные, дисциплинированные люди. Удовлетворенно слушали, вопросов не задавали. Я старался говорить коротко и не был уверен, что меня понимают.

Впоследствии меня обстоятельно проинструктировали. Туристы из Риги самые воспитанные. Что ни скажи, кивают и улыбаются. Если задают вопросы, то, как говорится, по хозяйству. Сколько было у Пушкина крепостных? Какой доход приносило Михайловское? Во что обошелся ремонт господского дома?

Кавказцы ведут себя иначе. Они вообще не слушают. Беседуют между собой и хохочут. По дороге в Тригорское любовно смотрят на овец. Очевидно, различают в них потенциальный шашлык. Если задают вопросы, то совершенно неожиданные. Например: «Из-за чего была дуэль у Пушкина с Лермонтовым?»

Что касается соотечественников, то их необходимо дифференцировать. Работягам излагать коротко и просто. К служащим быть повнимательнее. Среди них попадаются весьма эрудированные. Начитавшиеся Пикуля, Рождественского, Мейлаха. Почерпнувшие дикие сведения у Новикова...

Интеллигенция наиболее придирчива и коварна. Готовясь к туристскому вояжу, интеллигент штудирует пособия. Какой-нибудь третьестепенный факт западает ему в душу. Момент отдаленного родства. Курьезная выходка, реплика, случай... Малосущественная цитата... И так далее¹.

¹ Печатается по: Довлатов С. Собр. прозы в 3-х т. — Т. 1. — С. 351—352.

Н. Толстая

Культурный шок

Этот «культурный шок» преследует меня неотступно. Я часто получаю приглашения провести экскурсию для иностранных гостей по Эрмитажу, Царскому Селу, Петергофу. Все гости непростые: министры, дипломаты, генеральные директора. Короче, показываю шедевры высокопоставленным лицам. Считается, что я это делаю неплохо и даже вдохновенно. Вдохновение оплачивается так: десять долларов в час.

Иногда министры платят сами. Вынимают доллары из заднего кармана и дают, а я беру, кладу в сумочку и иду домой. Однажды попросили показать Эрмитаж министру социальной помощи. Надо зайти за ним в гостиницу и доставить во дворец. На дворе дождь, но министр не желает взять такси: дорого. Так мы и идем, он под зонтиком, я под дождем. Полтора часа мы бродили по Эрмитажу, и ему понравилось, хотя про варварскую красоту и он не упустил случая упомянуть. Я проводила его в гостиницу, как меня об этом просили. В холле он полез за бумажником: «Ну-с, сколько мы пробыли в Эрмитаже? Полтора часа? Дорога туда и обратно, я надеюсь, не в счет? Вот пятнадцать долларов и моя визитная карточка». Карточку я выбросила сразу. Урна стояла неподалеку.

Следующим высокопоставленным экскурсантом была жена премьер-министра. Короткая голубая юбка и соломенная шляпка с лентой. Это была новая жена премьера, старая осталась дома. Мне сказали: времени на обзорную экскурсию в Эрмитаже — час. А было между тем уже семь часов вечера, и Эрмитаж для посетителей был давно закрыт. Соломенная шляпка, я и два наших охранника приехали в пустой и гулкий Зимний дворец. «С чего начнем? — спрашиваю. — Итальянский Ренессанс или импрессионисты? Рембрандт или малахитовый зал?» — «Хотелось бы сначала в магазин», — ответила жена премьера. Охранники заволновались: магазины закрыты, продавцы давно ушли домой. Слышу крики через растреллиевскую анфиладу: «Вернуть продавцов! Снять пломбы! Убрать собак!»

Пока мы дошли до магазина, его успели открыть. Высокая гостя вяло побродила вдоль прилавков, попросила показать яйцо из яшмы, колечко из бересты, полистала календарь с изображениями рыб России — и ничего не купила. До окончания экскурсии оставалось пятнадцать минут. Я успела показать только мумию египетского жреца, потому что он лежал недалеко, за углом, — сам черный, зубы белые. Госпожа министерша улыбнулась, спросила, как меня зовут, и мы поехали в гостиницу.

Месяц тому назад мне предложили провести экскурсию для очень влиятельных бизнесменов. Просили постараться. Я старалась, шелкала и

свистала, цитировала древних авторов. Чтобы сделать приятное клиентам, осудила грубость Петра Первого и похвалила военные подвиги Карла Двенадцатого. Руководитель делегации, элегантный красавец лет пятидесяти, пошутил: «Зачем мы оказываем России гуманитарную помощь и даем займы? У вас тут неслыханные богатства. Продайте пару люстр, и все проблемы решены».

Мы шли по Александровскому залу Зимнего дворца. Вдруг мой элегантный бизнесмен остановился. «Подойдите сюда». Я подошла с любезной улыбкой. «Что это?» — лукаво спросил он, указывая на лепной бордюр. Я вгляделась, это были цветы и листья лавра. Каждый цветок был в виде бутона на тонком стебле. «Это ведь сперматозоид! Тебе об этом уже говорили, или я первый заметил?» — «Первый», — сказала я и отошла к остальным членам делегации, любовавшимся через окно Александрийской колонной.

Когда мы расставались, мне даже поаплодировали. На прощание экскурсанты благосклонно спросили меня:

— Ты бываешь у нас в стране?

— Бываю.

— И конечно, каждый раз испытываешь культурный шок?

— Да, — сказала я, — пребываю в глубоком шоке. Но не теряю надежды. И у нас все наладится. Вы сами видели: там «Пищцу-хат» открыли, тут новую парикмахерскую для кошек. А на днях в казино «Гигант-холл» прошла премьера, борьба лилипутов в рыбьих внутренностях. Страна возрождается².

Н. Толстая

Свободный день

У большого щита с планом Петропавловской крепости стояла группа. Женщины были одеты в светлые кримпленовые пальто, а мужчины в спортивные костюмы. Катя любила экскурсантов-провинциалов: небось, не по магазинам бегают, а в музей пошли. В задних рядах шел тихий разговор.

— Не знаете, у Екатерины Великой дети были?

— Не было у нее никого, одни любовники.

— А как фамилия Петра Первого, не помните?

— При чем тут фамилия? Петр Первый, и все.

² Печатается по: Толстая Т., Толстая Н. Сестры. — М., 1998. — С. 390—392.

Женщина-экскурсовод, не опуская указку, повернулась к разговаривающим. Катя почувствовала на себе тяжелый взгляд, от которого захотелось спрятаться за Трубецкой бастион.

— Так. Давайте договоримся: сейчас говорю я, а после окончания экскурсии будете говорить вы.

Затихнув, кримпленовые пальто потянулись в собор. Экскурсоводша провела туристов к царским вратам, но и здесь, у алтаря, не могла успокоиться.

— Все стали полукругом. На расстоянии указки, ближе не подходите. Низкорослые — вперед. Я сказала: низкорослые — вперед!

«Тяжелый случай», — Катя повернулась и пошла к выходу. Тетя в синем халате и валенках загородила проход.

— Что же вы гробницу Александра Освободителя не осмотрели?

«Совсем рехнулись», — Катя обогнула тетку и вышла на темную площадку³.

Д. Самойлов

Дом-музей

*Потомков ропот восхищенный,
Блаженной славы Парфенон!
Из старого поэта*

*... производит глубокое...
Из книги отзывов*

Заходите, пожалуйста. Это
Стол поэта. Кушетка поэта.
Книжный шкаф. Умывальник. Кровать.
Это штора — окно прикрывать.
Вот любимое кресло. Покойный
Был ценителем жизни спокойной.

Это вот безымянный портрет.
Здесь поэту четырнадцать лет.
Почему-то он сделан брюнетом.
(Все ученые спорят об этом.)

³ Печатается по: Толстая Т., Толстая Н. Сестры. — М., 1998. — С. 293—294.

Вот позднейший портрет — удалой.
Он писал тогда оду «Долой»
И был сослан за это в Калугу.
Вот сюртук его с рваной полкой —
След дуэли.
Пейзаж «Под скалой».
Вот начало «Послания к другу».
Вот письмо: «Припадаю к стопам...»
Вот ответ: «Разрешаю вернуться...»
Вот поэта любимое блюдо,
А вот это любимый стакан.

Завитушки и пробы пера.
Варианты поэмы «Ура!»
И гравюра: «Вручение медали».
Повидали? Отправимся дале.

Годы странствий. Венеция. Рим.
Дневники. Замечанья. Тетрадки.
Вот блестящий ответ на нападки
И статья «Почему мы дурим».
Вы устали? Уж скоро конец.
Вот поэта лавровый венец —
Им он был удостоен в Тулузе.
Этот выцветший дагерротип —
Лысый, старенький, в бархатной блузе —
Был последним. Потом он погиб.

Здесь он умер. На том канаве
Перед тем прошептал изречение
Непонятное: «Хочется пе...»
То ли песен? А то ли печенья?
Кто узнает, чего он хотел,
Этот старый поэт перед гробом!

Смерть поэта — последний раздел.
Не толпитесь пред гардеробом...⁴

⁴ Печатается по: Самойлов Д.С. «Мне выпало все...». — М., 2000. — С. 94—95.