

Киселева Анна Валерьевна
Kiseleva Anna Valerievna

соискатель кафедры методологии
профессионально-педагогического образования,
ФГАОУ ВО «Российский государственный профессионально-
педагогический университет»
applicant of the Department of methodology
professionally-pedagogical education,
Federal State Autonomous educational institution "Russian state vocational
pedagogical University"

Штифанова Евгения Вячеславовна
Shtifanova Evgeniya Vyacheslavovna

кандидат философских наук, доцент кафедры социальных наук
Уральский государственный архитектурно-художественный университет
candidate of philosophical Sciences, associate Professor of social Sciences
Ural state architectural art University
г. Екатеринбург, ул Карла Либнехта, д.23
Ekaterinburg, Karl Liebknecht, 23
eshtifanova@k66.ru

МУЗЕЙНОЕ ПРОСТРАНСТВО КАК ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ РЕСУРС

Museum space as educational resource

Ключевые слова: музейная коммуникация, понимающее музееведение, музейные сценарии, музейная экспозиция, творческие индустрии.

Keywords: museum communication, understanding museology, museum scenarios, museum exposition, creative industries.

Аннотация: Статья посвящена проблеме создания эффективного музейного пространства, включенного в современную образовательную систему. На основе музейной коммуникации возникает методология «понимающего музееведения». Актуально такое формирование музейного пространства, в основе которого лежит развитие культуры в комплексе с

другими видами деятельности, базирующимися на знаниях и информации. Примерами оказываются музейные сценарии, музейная экспозиция, творческие индустрии. Музей эпохи просвещения — это, прежде всего, банк знаний, информации. Музей в постиндустриальном обществе — банк идей.

Abstract: The article is devoted to the problem of creating an effective museum space, included in the modern educational system. On the basis of museum communication, the methodology of "understanding museology" emerges. Actually, the formation the museum space, which is based on the development of culture in conjunction with other activities following to knowledge and information. Examples are museum scenarios, museum exposition, creative industries. The Museum of the Age of Enlightenment is, first of all, a bank of knowledge and information. The museum in a post-industrial society is a bank of ideas.

Музей как символ культуры и как образовательное учреждение играет важную роль в воспитании молодых людей. Имея своей целью сохранение и трансляцию материальных свидетельств опыта творческой деятельности, культурных эталонов, музей, создав уникальное художественно-временное пространство, «погружает» воспитуемого в культуру прошлого. Там, где при грамотном использовании своего потенциала музеям удастся сохранять актуальность для современности, они становятся источником образования, развития и творческого подхода к будущему. Находясь в этом уникальном пространстве, можно не только испытать эмоциональный подъем, но и, прикоснувшись к минувшим эпохам, почувствовать свое место в культурном потоке, чего не могут дать другие образовательные институты. Музейные предметы могут оказывать разнообразное воздействие на личность, а именно - удивлять, устрашать, заинтересовывать, веселить, вызывать сочувствие, познавательный

интерес, желания, например, сохранить, запомнить и т. д. То есть, налицо их воспитательный потенциал, который может быть использован педагогом в образовательном процессе.

В текущий момент музеям необходимо добиваться баланса между консервацией общезначимых ценностей, просветительской деятельностью и развлечением. В связи с этим остро ставится вопрос о реорганизации музейного пространства. Музей, нацеленный на соучастие и партнерство, существует в среде, где информации слишком много, а в дефиците оказываются способности к синтезу, навигации, продуктивной кооперации и порождению оригинальных идей. Неизвестно, какие именно знания будут существенными в непредсказуемо развивающемся мире. Поэтому концепция личностного образования предлагает перенести центр усилий с передачи знаний на развитие навыков и компетенций, которые позволяют существовать в среде, где невозможны точные прогнозы и заранее заданы образцы действия [2, с. 19].

Развитие образовательных технологий протекает в русле выявления музейной коммуникации. Применительно к музею понятие коммуникации ввел в 60-е годы XX века канадский ученый, занимающийся проблемами музейной коммуникации, Д. Камерон. Главный акцент теории сделан на визуальном и пространственном характере музейной коммуникации, которая есть не что иное, как процесс общения посетителя с музейными экспонатами, представляющими собой «реальные вещи». В основе этого общения лежит с одной стороны, способность посетителя понимать «язык вещей», с другой - способность музейных специалистов выстраивать с помощью экспозиции особые невербальные «пространственные высказывания». Соединение музееведения и новой образовательной парадигмы формирует принципиально новый коммуникационный подход, который является антропоцентрическим (ставит во главу угла не предмет, а человека), культурологическим (исходит из предположения, что

используемые в процессе коммуникации знаки и символы существуют в определенном поле культурных значений и включенные в коммуникацию субъекты выступают как представители культурных позиций, а предметно-пространственные «послания» – как культурные или метакультурные тексты), диалогическим (рассматриваются структуры с учетом, как минимум, двух субъектов, разнящихся по своей культурной позиции), аксиологическим (ценностный аспект музейной коммуникации выступает как ведущее средство обучения) [4, с 42].

На основе музейной коммуникации возникает методология «понимающего музееведения». Ее отличительной особенностью является исходная уравнишенность позиций всех участников акта музейной коммуникации – посетителей, профессионалов, создателей и владельцев музейных предметов, равное внимание к их взглядам на вещи, на пересечении которых рождается нагруженное множеством смыслов музейное собрание. Включение в число участников людей, которые жили в прошлом или живут сегодня, но отделены от посетителя культурным барьером, позволяет рассматривать посещение музея как ритуал, творимый в особом, ограниченном от повседневности пространстве, обладающий собственным кодом пространственно-временных соответствий и дающий возможность транслировать разнообразное культурно-историческое содержание. Формой творческого использования понятия музейной коммуникации при проектировании экспозиции является создание музейных сценариев [4, с. 77].

Важным средством педагогического взаимодействия является специально организованная предметно-пространственная среда - музейная экспозиция. Новая организация музейного пространства дает возможность ознакомиться с большей частью коллекции или по-другому интерпретировать ее. Примерами выставок, в таком ключе использующих музейное пространство в образовательных целях, могут быть:

- «постижение смысла», где исследуются аспекты отдельной картины; «попутчики» - передвижные выставки двух взаимодополняющих или контрастирующих произведений искусства;
- «темы и вариации» - произведение искусства можно представить в тематическом контексте, увязав его со злободневными аспектами современной жизни.

Для организации таких выставок требуется лишь ряд перестановок экспозиции и новые этикетки, чтобы расставить нужные акценты. Критериями отбора предметов из музейного собрания служат экспозиционный замысел и коммуникативные свойства будущих экспонатов, информативность, аттрактивность (привлекательность, в основном естественное состояние чего либо, не вызывающее раздражение) и экспрессивность музейного предмета при учете возможности обеспечения его сохранности. «Лаборатории открытий» представляют собой небольшие музейные хранилища, доступные широкой публике. Их сотрудниками являются «благожелательные хранители» или инструкторы-добровольцы, которые проводят практические занятия и обучают навыкам, необходимым при ведении документации и консервации музейных предметов. Результат – процесс совместной работы с музейными экспонатами, создание экспозиции, которую следует перманентно дополнять. Сюда же относятся создание кинофильмов, специальные семейные маршруты и археологические раскопки. Все это включает музей в реальную жизнь, позволяет расширить формы интерпретации коллекции и пробуждает заинтересованность у посетителей разных возрастов [3, с.50-52].

Каждая новая эпоха задает свои способы интерпретации культурного предания, и посредством музеев эта интерпретация приобретает социально приемлемую форму, фундирующую понятийные механизмы в обществе [1, с. 5].

Залогом успеха реализации образовательной стратегии может стать формирование музейного пространства, в основе которого лежит развитие культуры в комплексе с другими видами деятельности, базирующимися на знаниях и информации. Так называемые творческие индустрии – дизайн, мода, издательское дело, пресса, музыка, мультимедиа, радио, телевидение – ключевые элементы постиндустриальной экономики, в которой ведущая роль принадлежит потребителю. Для многих компаний, работающих в этих областях, музейные коллекции служат источником информации. Музеи, в свою очередь, формируют у публики умение ценить качество [3, с. 25-27]. Музей эпохи просвещения — это, прежде всего, банк знаний, информации. Музей в постиндустриальном обществе — банк идей.

Список литературы

1. *Боуэн Д.* Только подключайтесь // *Museum. Международный журнал.* М., 2000. № 2. С.5-10.
2. *Музей как пространство образования: игра, диалог, культура участия.* / Отв. ред. А. Щербакова. Сост.Н. Копелянская., М.: Творческая группа «Музейные решения». 2012. 176 с.
3. *Музеи; Маркетинг; Менеджмент: Практическое пособие* (сост. Дукельский В.Ю.) – М.: Культура, 2001. 340 с.
4. *Троянская С.Л.* Музейная педагогика и ее образовательные возможности в развитии общекультурной компетентности: Учебное пособие. Ижевск: Ассоциация «Научная книга», 2007. 140 с.