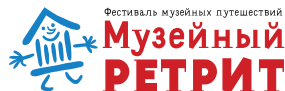


Анна Щербакова

10

вопросов,
которые задаю
себе, чтобы
«распаковать»
музейный
предмет





Серия подготовлена в рамках проекта «Управление наследием: независимый сектор» Ассоциацией менеджеров культуры (amcult.ru) с использованием гранта Президента Российской Федерации на развитие гражданского общества, предоставленного Фондом президентских грантов

Цель проекта «Управление наследием: независимый сектор» — проявить роль частного и общественного сектора (негосударственных субъектов) в сохранении и актуализации локального культурного наследия, а также в формировании и развитии культурной инфраструктуры и продвижении культурных инноваций на конкретных территориях.



Проект реализован АМК в 2018–2019 гг.
<https://independentmuseums.ru/>

Анна Щербакова

10

**вопросов,
которые задаю
себе, чтобы
«распаковать»
музейный
предмет**

Москва: Ассоциация менеджеров культуры, 2020

Концепция серии:

Инна Прилежаева

Леонид Копылов

Юлия Мацкевич

Под общей редакцией

Леонида Копылова

Юлии Мацкевич

Инны Прилежаевой

Дизайн, верстка:

Шабуров Александр,

Светлана Карташевская

Фотографии:

Михаил Воскресенских,

Анна Щербакова

Корректурa:

Андрей Бауман,

Ксения Генрих

Щербакова А. А. 10 вопросов, которые задаю себе, чтобы «распаковать» музейный предмет / А. А. Щербакова ; под общ. ред. Л. Ю. Копылова, Ю. Ю. Мацкевич, И. В. Прилежаевой ; Фонд президентских грантов ; Ассоциация менеджеров культуры. — 2-е изд., доп. — М., 2020. — 36 с.

ISBN 978-5-9243-0290-4

© Ассоциация менеджеров культуры (идея проекта, 2019)

© Щербакова Анна (текст, 2020)

© Бауман Андрей (корректурa, 2020)

© Шабуров Александр (дизайн, 2019)

© Карташевская Светлана (дизайн, верстка 2020)

Этой серией мы открываем разговор с сообществом о том, что для нас важно и чем хочется делиться. В жанре авторского высказывания, советов и вопросов мы искали легкость и возможность рассказать коллегам о своем опыте, проблемах и решениях, профессиональных открытиях. Это начало разговора, и, мы надеемся, в нем заложена партитура для многих голосов — многих авторов, работающих в музейной сфере и в поле социокультурного проектирования.



Инна Прилежаева, исполнительный директор Ассоциации менеджеров культуры, руководитель проекта «Управление наследием: независимый сектор»

Передача опыта любой деятельности строится в логике «делай так, как я делаю». Модель работает идеально там, где практика описывается четкими алгоритмами. Но есть такая сфера музейной работы, которая не подчиняется четким правилам. Секреты творчества открываются другой логикой — «попробуй понять, почему я так делаю». Именно так, наблюдая за мастером, учились подмастерья средневековых цехов. Так создавались и некоторые современные теории, система Станиславского, например. Наш проект не спорит с вузовскими программами, курсами повышения квалификации, учебниками или сборниками тезисов музейных конференций. Мы предлагаем вернуться к точке отсчета для любой теории — понаблюдать за тем, как работают музейные проектировщики сегодня. На какие вопросы каждый из них считает важным ответить в первую очередь? Что держит их в творческом тонусе? На какие достижения товарищей по музейному цеху ориентируются? Мы стремились максимально сохранить авторскую интонацию. Рассказ от первого лица — приглашение к творчеству: я делаю так, а ты будешь делать иначе.



Леонид Копылов,
эксперт проекта

Это издание адресовано тем, кто посчитал музей местом своей самореализации, тем, кто на сегодня ощутил потребность в общении с себе подобными. Тем, кто понял, что главный инструмент движения вперед — участие в сообществе. Сообщество — то место, где можно делиться успехами, обсуждать трудности и, что гораздо более важно, задавать неочевидные, а самое главное — очевидные вопросы. Поскольку в переломные моменты именно очевидные вопросы требуют новых ответов. Как мы формулируем то, что называем музеем? Какие его составляющие должны сохраняться, чтобы он не потерял себя? Куда он должен двигаться? Каковы критерии успешности этого сложного организма? В какой мере личность определяет его движение вперед? Это те вопросы, которые так остро поставил перед нами проект о частных музеях.



Юлия Мацкевич, руководитель
направления музейно-проектной
деятельности Ассоциации менеджеров
культуры, куратор проекта



Почему я этим занимаюсь?

Потому что люблю дело, которым занимаюсь, — придумывать выставки и экспозиции. И для этой работы просто необходимы любопытство и умение «разгадывать» музейный экспонат.

Я по образованию филолог — и, казалось бы, должна больше интересоваться текстами, но меня увлекают предметы: самые разные, обычные и невероятные, простые и сложные. Знание о том, как устроен текст и как анализировать литературное произведение, оказалось, очень помогает в проектировании музейных экспозиций.

Как быть, если имеешь дело с «самыми обычными» музейными предметами

Так это почти идеальная ситуация. Любой предмет содержит в себе массу информации. И если научиться не только смотреть, но и видеть, самый обычный предмет дает не меньше возможностей для интерпретации, чем всеми признанный шедевр. Проектирование по принципу «голь на выдумки хитра» позволяет проявить больше фантазии, смелости и юмора. И тогда можно даже неприметные экспонаты превратить в «шедевры», да еще изобрести 278 способов рассказать о них.





Как «разговорить» предмет?

Перед тем, как предпринимать исследование, я всегда вызываю первую реакцию (при знакомстве с предметом обычно звучит возглас: «Какой хорошенький!»), я перехожу к вопросам:

- Что это?
- Зачем?
- Кто это сделал?
- Как это сделано?
- Из каких материалов?
- В какой момент развития человечества мог появиться этот предмет?
- Кому мог принадлежать?
- Как эта вещь здесь (в музее, в регионе, в городе) оказалась?
- Какие знаки, слова или буквы есть на этом предмете? Как и почему они здесь появились?

И так далее. Чтобы ничего не забыть, ответы записываю. Может быть, часть этой информации в данный момент покажется лишней, но обязательно «выстрелит» позже.



Как побороть «профессиональную слепоту»?

Когда долго работаешь в одном и том же музее, «профессиональная слепота» наступает неизбежно. Это какое-то специальное музейное «заболевание»: «Я уже видела этот предмет много раз и не могу воспринимать его свежим взглядом».

Мне помогает великий писатель Лев Толстой, вернее — один литературный прием, который он использовал. Этот прием Виктор Шкловский, тоже великий, но уже филолог, назвал остранение. Суть в том, чтобы описывать действительность так, как будто видишь ее в первый раз, поменять «оптику». Объясняя этот прием другим, я обращаюсь к текстам Толстого: «Война и мир» (известный всем со школьных лет эпизод, где Наташа Ростова смотрит оперу) и «Холстомер», а также к работам Шкловского («Энергия заблуждения», «О теории прозы»). Кстати, книга Шкловского, по моему мнению, должна быть настольной у любого музейного проектировщика.

Не любите читать — смотрите хорошие сериалы, тоже помогает. Можно посмотреть сериал «Мир Дикого Запада». В одной из серий героиня находит невозможную в ее время полароидную фотографию и произносит: «Это ни на что не похоже». Вот такую точку зрения и нужно постоянно тренировать.

Хороши также в борьбе с «профессиональной слепотой» (а иногда и с ленью, что уж тут скрывать) различные упражнения. Например:

1. «Инопланетный взгляд»

Берем самый обычный музейный предмет и пробуем на него смотреть взглядом инопланетянина:

— Как это единственное свидетельство нам рассказывает о человеческой цивилизации?

— Что мы можем сказать о тех, кто создал этот предмет?

— Что они умели и какими знаниями обладали?

— Какими они были?

— Как выглядели их представления об окружающем мире?

Думаю, это похоже на работу археолога, только повеселее. Археолог ведь тоже, раскапывая древнее городище, по немногим найденным предметам реконструирует исчезнувшую жизнь людей.



2. «Формальный контекст»

Берем предмет и описываем его форму, цвет, материал, способ изготовления. Допустим, выбранная нами вещь — красного цвета, круглой формы и из дерева. Теперь я могу присоединить к ней другие предметы, совпадающие по этим характеристикам. Можно составить табличку, а можно собрать их в кучки. Возникшие новые контексты позволят мне и моим коллегам посмотреть на вещь свежим взглядом.

Кого можно позвать в компанию, чтобы «распаковать» предмет?

Я расставляю приоритеты так. В первую очередь это, конечно, посетители. Пусть задают вопросы, которые у них возникают при взгляде на предмет. А еще они могут поделиться своими воспоминаниями и ассоциациями. Так предмет получит частный контекст и обрастет личными историями.

Во вторую очередь это коллеги из музея: экскурсоводы, музейные педагоги, смотрители... в общем, все, кто взаимодействует с посетителями. Именно они подскажут, какие предметы обычно вызывают наибольший интерес у зрителя, какие вопросы, повторяющиеся или самые неожиданные, возникают у посетителей во время знакомства с экспозицией и экспонатами. Кстати, какие-то из этих вопросов могут



стать источником вдохновения для придумывания выставок и написания текстов.

Наконец, к непростому, но благородному делу интерпретации музейного предмета стоит



пригласить немусейных специалистов — людей из других сфер деятельности, чем неожиданнее, тем лучше. Например, я могу предложить написать короткий текст о самом обычном самоваре историку, дизайнеру или даже владельцу чайного магазина. Главное — найти интересных собеседников, для которых наш предмет может быть даже более важен, чем для нас. Как это делается, рассказывает автор проекта [«Предметный разговор»](#), реализованного в Ярославском музее-заповеднике.



А вот еще один пример — из практики работы Музея естественной истории в Сан-Диего, США (San Diego Natural History Museum), — ставший уже классикой. Несколько лет назад коллектив под руководством Нины Саймон в процессе создания новой экспозиции выставлял тот или иной «загадочный» предмет. Посетителей просили задавать вопросы, которые возникают при его рассматривании. Затем сотрудники музея их систематизировали и обстоятельно на них отвечали. На основании этого эксперимента были подготовлены этикетки, понятные посетителям. Кстати, Нина Саймон, автор опубликованной в России [книги про технологии культуры участия в музейной работе](#), ведет и [свой блог](#).



Как из ответов на вопросы собрать историю?

Самое простое и в то же время самое сложное (лично для меня это так) — сложить полученную из разных источников информацию о музейном предмете в ясный, законченный текст. Для этого я определяю, что из сведений о предмете относится к утилитарному его назначению, а что несет символический смысл. Утилитарное назначение открывается в рассказах о том, как предмет создавался, кем, для чего и как он использовался. Символический же смысл заключается в понимании, как и почему этот предмет стал важным знаком для того или иного сообщества, той или иной культуры в ту или иную эпоху. И так же, как предмет сочетает в себе обе ипостаси, история о нем должна состоять из этих двух главных частей.

Какую историю может рассказать предмет? Любую из тех, что содержатся в его информационном потенциале. Я каждый раз выбираю

из этого множества ту, что важна для меня и, может быть, для посетителя в данный момент.

В Приморском музее имени В.К. Арсеньева довольно большая коллекция строительных кирпичей, совершенно обычных. На первый взгляд. И они выставлены в экспозиции музея, в разделе «Время города» (arseniev.org/events/9827). Какую историю рассказал бы отдельный кирпич? Владельца производства, его завода и какого-то здания, в стене которого он находился. А собранные вместе, все образцы кирпичей всех работавших в одно время заводов приобретают иной смысл — становятся легко читаемым образом. Эти кирпичи из разных материалов, помеченные разными клеймами, рассказывают об активном строительстве и быстром развитии Владивостока, об острой потребности в этом простом строительном материале для гражданских и военных нужд в тот период.

А еще хорошо бы рассказать историю предмета так, чтобы она касалась каждого из нас сегодняшних. Для вдохновения и понимания, что это возможно, я смотрю хорошие научно-популярные фильмы. Например, документальный фильм Би-би-си «История мира за два часа» (он давно переведен на русский язык, и его легко найти на различных киноресурсах) удивительно ловко связывает события немыслимо далекого прошлого и современность.





Мы начинаем отчетливо понимать: все окружающее и даже мы сами созданы из химических элементов, которые когда-то породил Большой взрыв. Мысль, что в каждом из нас есть звездные частицы, очень радует. Значит, ты тоже немного звезда. Такое интеллектуальное усилие называется актуализацией.



Что делать, если у тебя нет объективной информации о предмете?

Предметы попадают в музейную коллекцию разными путями и в разное время, при этом часто о них мало что известно. И сказать нам о них вроде бы нечего. Но и тут есть свои «рецепты»:

- можно сопроводить самый обычный музейный предмет воспоминаниями и рассказами людей (помните, был ранее такой совет — попросить людей написать или рассказать о своих ассоциациях и воспоминаниях?). Так сделали коллеги из Музейно-выставочного центра города Находка (Приморский край) в экспозиции [«Города по имени Находка»](#);
- можно придумать и написать историю предмета от первого лица, от имени самого предмета. Так делали в Древней Греции, когда



на сосуде помещался короткий рассказ от его имени, сообщающий о назначении и принадлежности;

- можно написать личный комментарий: почему и как этот предмет появился в музее. Несколько лет назад Музей Лондона (Museum of London) вел на собственном сайте видеоблог хранителей разных коллекций, каждый из которых рассказывал о своем самом любимом экспонате. И порой это был неожиданный выбор и неожиданный рассказ. Постепенно видеоблог стал [отдельным разделом на сайте музея](#) ;
- а можно поискать собственный рецепт.



Как быть, если информации много?

Такая ситуация неизбежно возникает, если с головой погрузился в материал, все добытое кажется необыкновенно ценным и не хочется ничего потерять. Много информации не бывает, и ей всегда можно найти применение. Вот несколько вариантов, которые сразу приходят в голову.

Этикетка. Этикетка может содержать не только объективную информацию (название предмета, материал, автор, год создания, принадлежность какому-либо человеку или указание, как предмет оказался в музее), но и интерпретирующую (эмоциональный, личный рассказ или связанные с предметом интересные факты). И в этом случае, во-первых, можно «развернуть» любой из пунктов короткого текста этикетаж, а во-вторых — использовать разные жанры: от автобиографии до научпопа.

Некоторое время назад мы с коллегами, читая книгу американской коллеги Беверли Серрелл, составили список «10 смертных грехов музейной этикетки». Делюсь этим списком:

1. Нет четкого описания экспоната.
2. Представлена только сухая информация, отсутствует интерпретация.
3. Описание не соотносится с общей идеей экспозиции.
4. Язык непонятен большинству посетителей.
5. Слишком длинные, многословные тексты.
6. Нет обращения к опыту человека, аудитории.
7. Задаются вопросы, на которые посетитель не может ответить.
8. Для интерактивных экспонатов — отсутствует логика действий.
9. Тексты тяжело читать из-за плохой типографики (дизайн, цвет, подсветка, материал и месторасположение).
10. Нет дизайнерской системы организации контента или контекста.

Пост в социальных сетях. Представление предмета с историями в интернете — это уже почти стандарт музейной деятельности. И, кстати, при использовании данного формата можно предложить виртуальным посетителям проделать ту же работу, которую проделали мы сами: задавать вопросы и делиться воспоминаниями.

Игровой путеводитель. Качественное и объемное знание о предмете позволяет придумывать качественные задания для посетителей. Сошлюсь на многолетний опыт



создания игровых путеводителей в межку-
зейных проектах [«Детские дни в Петер-
бурге»](#), [«Семейное путешествие»](#) (Москва)
и [«На старт, внимание, в музей»](#) (Пермь).

Аудиогид. Если в сопроводительных
текстах мы все же стараемся быть по-чехов-
ски краткими, то формат аудиогuida позволя-
ет рассказать о предмете более подробно.

Тексты для рекламной кампании. Исто-
рия и необычные факты всегда привлекательнее, чем
скупая объективная информация. Кстати, форматы
и инструменты, которые существуют сегодня в ин-
тернете для рассказа о музейных предметах,
коллеги активно обсуждают в группе [«Музей
в социальных сетях»](#).



Есть ли «секретный ингредиент» и когда его добавлять?

Думаю, в интерпретации предмета, как и в экспозиционном проектировании, важны любопытство, фантазия, смелость, критический взгляд, чувство меры и вкус. Еще один «секретный» ингредиент — чувство юмора. Я сама люблю посмеяться и ценю, когда это делают мои коллеги. Ироничное отношение к себе и своей работе вызывает у других людей гораздо больше симпатии и доверия к музею, чем пафос «беззаветного служения». Я убеждалась много раз: когда придумываешь что-то — название выставки, слоган рекламной кампании, музейный анонс — и самой весело и интересно, то и удерживать посетителя значительно легче.

Отличный пример веселого завоевания своей аудитории — проект коллег из Пермского краеведческого музея (vk.com/slontvsevseve и facebook.com/slonnash). Фантазия и чувство



юмора помогают им удерживать внимание горожан на всех этапах подготовки экспозиции о древнем тронгонтериевом слоне.



Как быть, если начал интерпретировать предмет и случайно придумал выставку?

Что дальше? Дальше все очень просто! Начинаешь понимать, что любой музейный предмет принципиально многозначен и способен сочетаться с любым другим. Даже случайное сочетание разных предметов ставит передо мной отличную творческую задачу по выявлению логики этой связи. Так рождаются не лежащие на поверхности, новые смыслы. Этот прием очень полезен при поиске идей для экспозиций и выставок.

Так поступили кинорежиссер Уэс Андерсон и книжный иллюстратор Джуман Малуф, создав выставку [«Мумия землеройки в саркофаге и другие сокровища Музея истории искусств»](#). Получив доступ к коллекциям двух венских музеев: Музея истории искусств и Музея естественной истории, приглашенные кураторы выбрали самые



неожиданные предметы, которые в экспозиции сочетаются тоже самым неожиданным образом. В одной витрине — только предметы зеленого цвета: от малахитовой шкатулки до платья изумрудного оттенка. В другой — только детские портреты. Эта логика была выдержана для всей выставки. Такое парадоксальное сочетание экспонатов предлагает посетителю посмотреть на знакомую коллекцию свежим взглядом.

Об авторе

Анна Щербакова — куратор специальных и выставочных проектов Музея истории Дальнего Востока имени В. К. Арсеньева (Владивосток). Эксперт Ассоциации менеджеров культуры, кандидат филологических наук, литературовед. Социокультурный проектировщик, куратор проектов создания экспозиций и выставок. Старший научный сотрудник Лаборатории музейного проектирования Российского института культурологии (2009–2011). Заместитель директора по развитию Государственного литературно-мемориального музея-заповедника А. П. Чехова в Мелихове (2006–2008).