

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Гуманитарный институт
Кафедра культурологии

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

_____ Н.П. Кошчева

«___» _____ 2018 г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

50.04.03 История искусств

СОВРЕМЕННЫЕ МУЗЕЙНЫЕ ПРАКТИКИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С
МОЛОДЕЖНОЙ АУДИТОРИЕЙ НА МАТЕРИАЛЕ АНАЛИЗА
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ МУЗЕЕВ ГОРОДА КРАСНОЯРСКА

Научный руководитель _____ доцент, канд. филос. наук А.В. Кислова

Выпускник _____

А.П. Грищенко

Рецензент _____

Н.Т. Кярманн

Красноярск 2018

Продолжение титульного листа ВКР по теме «Современные музейные практики взаимодействия с молодежной аудиторией на материале анализа деятельности художественных музеев города Красноярска».

Нормоконтролер

Худоногова А. Е.

РЕФЕРАТ

Магистерская диссертация по теме «Современные музейные практики взаимодействия с молодежной аудиторией на примере художественных музеев города Красноярска» содержит 89 страниц текстового документа, 4 приложения, 110 использованных источника.

«МУЗЕЙНЫЕ ПРАКТИКИ», «РЕГИОНАЛЬНЫЙ МУЗЕЙ», «ЗРИТЕЛЬ», «МОЛОДЕЖНАЯ АУДИТОРИЯ», «ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ МУЗЕЙ», «ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАБОТЕ С МОЛОДЕЖНОЙ АУДИТОРИЕЙ В РЕГИОНАЛЬНОМ ХУДОЖЕСТВЕННОМ МУЗЕЕ».

Цель данного исследования - анализ эффективности современных музейных практик взаимодействия с молодежной аудиторией художественных музеев на примере города Красноярска.

Задачи, решаемые в процессе работы: выявление особенностей художественного музея, как места встречи зрителя и произведения изобразительного искусства; рассмотрение специфики молодежи, как аудитории художественного музея; изучение традиционных и инновационных музейных практик взаимодействия с молодежной аудиторией в художественных музеях; анализ существующих музейных практик взаимодействия с молодежной аудиторией в художественных музеях города Красноярска; выявление наиболее эффективных современных музейных практик взаимодействия с молодежной аудиторией в художественных музеях города Красноярска; создание практических рекомендаций по организации работы с молодежной аудиторией в региональном художественном музее.

В результате проведенного исследования были разработаны практические рекомендации по работе с молодежной аудиторией в региональном художественном музее классического типа на базе деятельности Красноярского художественного музея имени В.И. Сурикова.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	6
1. Современные музейные практики взаимодействия с молодежной аудиторией в художественном музее.....	12
1.1. Художественный музей как место встречи зрителя и произведения изобразительного искусства.....	12
1.2 Молодежь как аудитория художественного музея в качестве зрителя произведения изобразительного искусства.....	23
1.3 Традиционные и инновационные музейные практики взаимодействия с молодежной аудиторией в художественном музее.....	33
2. Современные музейные практики взаимодействия с молодежной аудиторией в региональных художественных музеях.....	40
2.1 Музейные практики художественных музеев города Красноярска.....	40
2.2 Наиболее эффективные современные музейные практики взаимодействия с молодежной аудиторией в Красноярском художественном музее имени В.И. Сурикова.....	54
2.3 Рекомендации по организации работы с молодежной аудиторией в региональном художественном музее классического типа.....	67
Заключение.....	75
Список используемой литературы.....	79
Приложение А	90
Приложение Б.....	91
Приложение В.....	92
Приложение Г.....	93

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данной темы связана с проблемой развития региональных художественных музеев. Региональный музей – это, прежде всего, образовательная площадка для жителей определенного региона, а развитие регионального музея – основа развития региона и формирования целостной личности. В данной магистерской работе на примере художественных музеев города Красноярск рассматривается вопрос привлечения молодежной аудитории в художественные музеи, развития интереса у молодых людей к изобразительному искусству.

Основными направлениями государственной политики в сфере музейного дела в Красноярском крае являются: повышение объема и качества услуг, оказываемых музеями, разработка и реализация специальных программ, проектов и методик работы с разными категориями и группами посетителей, в том числе и с молодежью.

Актуальность исследования заключается в необходимости определения основных направлений работы регионального музея для расширения своей аудитории за счет молодежи. Воспитание молодых людей в художественно-эстетическом ключе способствует формированию целостной личности и развитию российского общества и общей культуры страны.

Объект исследования – современные музейные практики взаимодействия с молодежной аудиторией в региональном художественном музее.

Предмет исследования – современные музейные практики взаимодействия с молодежной аудиторией в региональном художественном музее на примере города Красноярск.

Степень изученности

Понятие «музейные практики» на данный момент не является закрепленным в современной музеологии. В настоящее время данную отрасль науки исследователи относят к прикладному музееведению, то есть к науке о методиках, техниках, управленческих и организационных основах музейной

деятельности. Проблемой определения современных музейных практик взаимодействия с посетителями занимался ряд ученых в России и за рубежом. В основе их изучения - музей как социокультурный институт: В.П. Грицкевич [22], О.С. Сапанжа [76], С.И. Сотникова [80], М.И. Ильбейкина [40], Л.М. Шляхтина [91], А.Ю. Гиль [15], М.В. Виноходова [10], В.Ю. Дукельский [29], Н.И. Руденко [73], Д. Кримп [47]. Современная музейная институция рассматривает понятие музейной практики как спектр всех методов создания и оснащения музейной экспозиции. Следует отметить, что большинство авторов в настоящее время занимается вопросом определения места музейных практик в научном дискурсе и основным предметом их изучения является теоретический аспект применения термина.

Вопросом развития современных музеев занимались О.С. Сапанжа [76], А.Ю. Гиль [15], С.И. Сотникова [80], Н.И. Руденко [73], которые отмечают в своих работах необходимость выстраивания современных музейных практик на основе потребностей окружающего социокультурного пространства.

Современные музейные практики включают в себя большое количество различных направлений. Подробно описывает современные музейные практики и их развитие С.И. Сотникова [80] в своей статье «Музей в меняющемся мире». Рассматривая историю музейной деятельности, автор подробно описывает постепенное принятие в музейные практики достижений из других сфер: педагогики, психологии, информатики и других. Таким образом, современные музейные практики являются симбиозом различных направлений современных гуманитарных наук, что позволяет разделить проблему исследования современных музейных практик на несколько аспектов. Исследование Л.М. Шляхтиной [92] охватывает различные аспекты данного направления. Основной вектор ее работ связан с определением места музея в современном обществе и необходимостью развития программ взаимодействия с посетителями.

Исследователи сосредотачиваются на различных феноменах в современной музейной деятельности, определяя, в том числе и место музея в

культурной жизни страны. Научный дискурс развивается вокруг различных направлений. Так, Е.А. Розенблюм [72], А.В. Чугунова [86], Я. Долак [28] и другие рассматривают проблему создания музейной экспозиции как визуальной коммуникативной среды. Коммуникативный подход к музейной деятельности достаточно распространен. Он заключается в рассмотрении музея и музейного предмета как высказывания в рамках музейной экспозиции. А.В. Лебедев определяет место современных средств отображения информации как вспомогательных, «облегчающих работу по учету и хранению (музейные АИС), поясняющих представленное в экспозиции (своего рода электронные этикетки и экспликации) и дополняющих ее» [50]. В своей статье «Современные музейные практики: 2000-2012 гг.» М.И. Ильбейкина разделяет три направления методологии современных музейных практик: экспозиционные, образовательные и коммуникационные, однако отмечает их синтетический характер, а также выделяет ряд «гибридов» [40].

Педагогические аспекты современных музейных практик рассматривали М.В. Виноходова [10], А.М. Вербенец [9], М.С. Митриковская [56], Б.Я. Столяров [81], Т.В. Гафар [17], Т.В. Галкина [13], М.Ю. Юхневич [93]. Основным аспектом рассмотрения педагогических аспектов музейных практик является работа со школьной аудиторией, однако представленные средства и приемы имеют возможность изменения и адаптации, в зависимости от поставленных целей и предполагаемой аудитории.

Рассмотрение современных мультимедийных тенденций в музейной деятельности на данный момент является достаточно распространенным. Л.Я. Ноль [64], Т. Смирнова [79], Т.А. Боронева [6], К.А. Наседкин [61] рассматривают современные информационные технологии, их потенциал и практику использования в музейной деятельности. Также достаточно распространенной является тема присутствия музея в сети Интернет. Следует отметить, что данные темы тесно соприкасаются и часто рассматриваются в контексте друг друга.

Большое место занимает исследование новых форм коммуникации со зрителем и развитие событийного направления музейной деятельности, которым занимались Е.Н. Мастеница [53], В.Э. Гордин [18], Л.В. Хорева [18], М.А. Дедова [18], Д. Гетц [104], Е.М. Реузер [110], Е.С. Грачева [20], С.А. Муханова [20]. Данные авторы рассматривают основные тенденции музейной событийной деятельности и музей как социокультурное явление современного общества.

Исходя из различных подходов к изучению современных музейных практик, можно определить, что на данный момент среди научных работ не существует определения понятия «музейные практики» и их классификации. Основной научный дискурс сосредотачивается на изучении определенных явлений и различных аспектов данного понятия в рамках коммуникационного подхода к изучению музейной деятельности.

Вопросом развития аудитории региональных музеев на основе различных музейных практик занимались Е.А. Петракова [67], Е.Б. Куксина [48], Н.А. Мельникова [54], Д.В. Загоскин [38], Э.И. Черняк [38], Д.А. Бутакова [8], Н.И. Гаврилова [8], Т.В. Бондаренко [63], О.Н. Шелегина [88]. Большинство представленных авторов рассматривает проблему применения педагогических средств музейной коммуникации в контексте взаимодействия со школами и учреждениями высшего профессионального образования.

В качестве отдельного аспекта изучения некоторые авторы выделяют роль регионального музея в социокультурной среде: Т.В. Гафар [17], С.В. Круглова [68], Ю.Э. Комлев [43], Е.М. Акулич [1]. Они рассматривают необходимость развития музейной институции в стране и регионе как прием развития региона и культурного формирования граждан.

Проблемой развития музейной деятельности в Красноярском крае занимались Т.А. Рылова [74], Т.М. Ломанова [51], Е.Ю. Безызвестных [5], а также студенты и аспиранты Красноярских ВУЗов. Основными объектами изучения являются феномен современного регионального музея и основные проблемы его развития: формирование коллекций, хранение экспонатов и

музейная педагогика. Большинство авторов рассматривает историческую составляющую формирования музейной деятельности в регионе и проблемы внутреннего характера.

Наиболее интересным является исследование «Развитие рынка услуг, оказываемых музеями г. Красноярска как элемент социализации молодежи» [71], проведенное студентами Красноярского педагогического университета. В ходе изучения был разработан специальный опросник, выявляющий степень заинтересованности современных посетителей в выставках и мероприятиях красноярских музеев. Результаты продемонстрировали, что на сегодняшний день услуги, предоставляемые современными красноярскими музеями, достаточно разнообразны и интересны посетителю. Исследование затронуло все музеи города, без дифференциации на сферы: историческую, художественную, научную и другие.

Таким образом, современные музейные практики взаимодействия с молодежной аудиторией в городе Красноярске недостаточно изучены, так как полноценного исследования всех аспектов данного направления в художественных музеях города Красноярска еще не проводилось.

Проблемой данного исследования является необходимость систематизации и анализа современных музейных практик, используемых художественными музеями города Красноярска. В настоящее время большинство музеев стремится к формированию интереса у современного посетителя к изобразительному искусству и формированию культуры посещения музеев, однако применение современных музейных практик не систематизировано. В данной работе предлагается разработать систематизацию современных музейных практик и проанализировать их применение в региональных музеях с точки зрения эффективности.

Цель исследования: анализ эффективности современных музейных практик взаимодействия с молодежной аудиторией художественных музеев на примере города Красноярска

Задачи:

1. выявление особенностей художественного музея, как места встречи зрителя и произведения изобразительного искусства;
2. рассмотрение специфики молодежи, как аудитории художественного музея;
3. изучение традиционных и инновационных музейных практик взаимодействия с молодежной аудиторией в художественных музеях;
4. анализ существующих музейных практик взаимодействия с молодежной аудиторией в художественных музеях города Красноярск;
5. выявление наиболее эффективных современных музейных практик взаимодействия с молодежной аудиторией в художественных музеях города Красноярск;
6. создание практических рекомендаций по организации работы с молодежной аудиторией в региональном художественном музее.

Методология:

В работе использованы следующие методы для анализа эффективности современных музейных практик:

1. Метод анализа литературы.
2. Аналитический метод.
3. Типологический метод.
4. Метод сравнительного анализа.

В основе анализа находится современная теория изобразительного искусства В.И. Жуковского и Н.П. Копцевой.

Апробация: результаты диссертационной работы могут быть использованы для повышения эффективности современных музейных практик взаимодействия с молодежной аудиторией в региональных художественных музеях. Работа представляет специфику музейной деятельности в качестве формирования особого пространства встречи человека с произведением

изобразительного искусства, а также развитие интереса у современной молодежи к проектам и событиям, формирующим культуру посещения художественного музея.

Предполагаемым результатом работы станет выявление основных тенденций в деятельности художественных музеев города Красноярска и анализ эффективности используемых практик.

1. СОВРЕМЕННЫЕ МУЗЕЙНЫЕ ПРАКТИКИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С МОЛОДЕЖНОЙ АУДИТОРИЕЙ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ МУЗЕЕ

В первой главе поставлены задачи: разработать понятийный аппарат заявленной темы и определить основную проблематику изучения современных музейных практик взаимодействия с молодежной аудиторией. В первом параграфе рассматривается музей как место встречи человека и произведения искусства, а также аспекты потенциального и актуального зрителя на основе современной теории изобразительного искусства В.И. Жуковского и Н.П. Конпцевой. Задачей второго параграфа является определение характеристик потенциального зрителя на основе психологического портрета современной молодежи, составленного М.С. Безбоговой и М.В. Ионцевой. В третьем параграфе определены основные направления интереса молодого человека для перевода потенциального зрителя в актуального на примерах современных музейных практик.

1.1. Художественный музей как место встречи зрителя и произведения изобразительного искусства

Рассмотрение специфики художественного музея как места встречи зрителя и произведения искусства в аспекте данной темы является актуальным, так как одной из основ деятельности художественного музея является коммуникация с посетителем и, следовательно, создание пространства встречи человека с произведением.

Для раскрытия данной темы необходимо рассмотреть несколько ключевых аспектов и сосредоточиться на определении понятий «произведение искусства», «зритель», «пространство», «диалог зрителя и произведения изобразительного искусства» - это поможет сформулировать основные

требования к музейному учреждению как месту встречи человека с произведением изобразительного искусства.

В современной теории изобразительного искусства В.И. Жуковского и Н.П. Копцевой понятие «искусство» трактуется следующим образом: «Искусство — это сфера человеческой деятельности, в границах которой осуществляется мастерское производство и сохранение искусственных, искусных и искушающих идеалов в качестве художественных произведений» [32]. Таким образом, произведения искусства выступают продуктом деятельности в сфере искусства и художественной культуры. Являясь основным продуктом, они характеризуют не только этап исторического развития, но и само художественное творчество. Подтверждение данного определения можно найти в словаре Т.Ф. Ефремовой: произведение искусства — это «то, что произведено, выработано, изготовлено благодаря творческой художественной деятельности» [30], то есть является продуктом этой деятельности.

Произведение изобразительного искусства находится в эпицентре сферы «искусство» и в снятом виде фиксирует уровень технической подготовки, традицию, историческое время, художественный стиль. Само же произведение является некой габаритной вещью второй природы, при этом отличается от всех других. Произведение, сотворенное художником по подобию творения мира Творцом, обладает особой искусностью, искусственностью и искусом. В отличие от других второприродных вещей произведение искусства нефункционально в бытовом отношении. Функциональность произведения диктуется, в первую очередь, его возможностью быть пищей духовной — восстановить в человеке единство самоутверждения и соучастия в полноте Бытия.

Весь мир второй природы можно разделить на подлинно конечные вещи и иллюзорно конечные вещи, совмещающие в себе конечное и бесконечное. Произведения изобразительного искусства как раз и являются репрезентантами иллюзорно-конечных вещей, способными через отношение с ними раскрыть

перед зрителем диалог с Бесконечным, быть некой моделью всего мира. Такой диалог возможен только в том случае, когда Абсолютное сможет найти себя в ограниченном и принять его чувственную форму.

В современной теории изобразительного искусства про-изводство произведения-вещи художником и художественным материалом определяется как игровое отношение-диалог, где каждый из участников влияет на конечный результат деятельности. В итоге происходит кристаллизация «произведения-вещи», в которой есть как «конечная», так и «бесконечная» составляющая. Так как создание произведения изобразительного искусства происходит через «общение-диалог», соответственно, происходит формирование определенного текстового сообщения, зафиксированного в произведении-вещи. Произведение искусства - это текст, созданный и записанный художником и художественным материалом в процессе их взаимодействия в некий материально доступный объект. Произведение-вещь есть система знаков, способная представить идею произведения в процессе «прочтения» человеком-зрителем.

М.В. Тарасова акцентирует внимание на том факте, что язык произведения не может существовать вне общения со зрителем: «Язык изобразительного искусства существует не сам по себе, но в речевой актуализации» [82]. То есть взаимодействие со зрителем ведется на основе речи, коммуникации. Язык произведения начинается только тогда, когда появляется зритель, способный его прочесть.

Знаки произведения, постепенно трансформируясь, представляют собой некие «визуальные понятия», которые и воспринимает зритель, переводя их на свой вербальный язык. В.И. Жуковский отмечает, что «оперирование этими знаками есть не что иное как вербально-логическое и визуальное мышление» [32], что актуализирует значение мыслительной деятельности при взаимодействии с произведением искусства. Само же визуальное мышление трактуется как «разновидность рационального отражения существенных связей и отношения вещей, осуществляемое непосредственно не на основе слов естественного языка, а на основе пространственно структурированных

наглядных схем» [31], то есть визуальное мышление способствует восприятию знаков произведения и построению определенного художественного образа у зрителя. В процессе формирования художественный образ в определенный момент становится текстом языка произведения искусства. Бытие определенным текстом предполагает несение в себе информации о тех или иных событиях и предметах, находящихся за пределами действительности конкретного индивида.

Возможность произведения искусства быть неким текстом также определяется понятием «коммуникации» – обменом сообщениями между ее участниками. Текст произведения предстает как возможность обесконечивания конечного и окончивания бесконечного. Таким образом, коммуникация происходит между конечным и бесконечным через репрезентант – произведение изобразительного искусства. «Встречаясь с репрезентантом, «ид» человека встречается не с ним самим, а через него или посредством его соотносится с «ИД» Абсолютным и совершенным» [32, с.29]. Такое определение позволяет соотнести произведение искусства с языком в качестве посредника в общении с другим человеком. Произведение изобразительного искусства в своем текстовом качестве проявляется тогда, когда конкретный зритель выстраивает отношение не с ним самим, а с тем знаком, репрезентантом чего он является.

Благодаря визуальному мышлению зритель через произведение способен представить другую реальность, которая родилась в процессе его взаимодействия с определенным произведением-вещью. Конечный итог построения художественного образа зависит не только от возможностей самого произведения, но и от возможностей и желаний взаимодействующего с ним зрителя.

Основное понимание зрителем передаваемого произведением сообщения происходит через осмысление и интерпретацию заложенных в произведении знаков. Процессом и результатом отношения зрителя и произведения-вещи в

современной теории изобразительного искусства называется художественный образ, выступающий как некий итог их взаимодействия.

Через коммуникацию с произведением-вещью зритель познает не только само произведение, но и ту реальность, знаком которой данное произведение является. Формируя конкретный художественный образ, зритель также познает различные аспекты бытия согласно статусам формирования художественного образа и возможностям каждого конкретного произведения искусства.

Площадкой общения зрителя с произведением искусства становится пространство между ними: зритель, вступая в коммуникацию, входит в зону притяжения произведения искусства и в зависимости от своих возможностей начинает интерпретировать знаки языка произведения. Для наиболее корректного построения данного диалога-отношения необходима организация окружающего пространства таким образом, чтобы каждый из участников диалога смог раскрыть свои коммуникативные возможности в наибольшей степени. Здесь и выступает музей как организатор встречи человека и произведения искусства.

Согласно определению 2007 года в Уставе Международного совета музеев (ИКОМ): «Музей является постоянным некоммерческим учреждением, служащим делу общества и его развития, доступным широкой публике, занимающимся приобретением, хранением, исследованием, популяризацией и экспонированием материального и нематериального наследия человечества и его окружения в целях образования, изучения, а также для удовлетворения духовных потребностей» [42, стр.48]. Соответственно, можно выделить основные функции музея: хранение, исследование и экспонирование произведений искусства.

Следует отметить, что музей в аспекте приобретения и хранения, а также экспонирования без привлечения посетителей работает с произведениями-вещами как плодом отношения-диалога между художником и художественным материалом. В основе деятельности лежит изучение филиации: создавая коллекцию, музей привлекает сотрудников-знатоков, способных распознать

«родителей» произведения-вещи и увидеть потенциал конкретного произведения стать актуальным художественным образом. На сегодняшний момент в музейной институции на первый план выходит коммуникативный подход в экспозиционной деятельности: особая организация пространства музея. В контексте данной работы это является наиболее важным, так как выявляется основная специфика рассмотрения музейной деятельности с точки зрения организации коммуникационного пространства: пространства общения зрителя с произведением изобразительного искусства.

В современной музеологии сформировалось особое отношение к организации пространства музея: экспликации, этикетки, нейтральный цвет стен и особая атмосфера направлены на помощь зрителю в построении диалога. С другой стороны, многие авторы отмечают важность самого музея как места общения: во всей истории развития музейной деятельности музей понимается как «храм искусства», и приходящий в данное пространство человек автоматически настраивает себя на вступление в диалог с произведением. Как отмечает Ю.В. Иванова: «Сам факт экспонирования любого, даже самого сомнительного с художественной точки зрения, предмета в пространстве модной галереи или известного художественного музея стал автоматически означать признание этого объекта произведением искусства» [39], что становится поводом для вступления в диалог-отношение с данным предметом. С этой точки зрения, музей как организатор встречи человека с произведением искусства, становится для посетителя показателем качества и достоверности произведений искусства, особым «мерилом» признания предмета произведением искусства.

Автор труда по музейному проектированию А.И. Михайловская [57] отмечает важность музейного пространства: музей рассматривается как представитель определенного замысла посредством визуальных образов. Т.П. Поляков [69] рассматривает музейную экспозицию как самостоятельный, синтетический вид искусства, способный передать зрителю сообщение за счет помещения произведений в определенный контекст. Того же мнения

придерживается Т.Б. Бабаева: «В результате поиска гармоничного единства расположения всех художественных экспонатов появляется образ зала, образ экспозиции, образ исторической эпохи» [3]. Таким образом, можно сказать, что задачей художественного музея является представление произведений-вещей таким образом, чтобы зритель, находясь в пространстве экспозиции, мог вступить в коммуникацию как с отдельным произведением, так и со всеми экспонатами вместе.

Коммуникативный подход в музейной деятельности основан на выдвигании на первый план персонажа «зрителя» как основы для построения коммуникативной среды. Однако основным знаком этой коммуникации выступает непосредственно произведение-вещь. Коммуникативный подход связан с пониманием различий между музейными посетителями и направлен на представление своего «сообщения» различными способами и знаками, чтобы каждый смог найти для себя возможность «прочитать» переданное сообщение.

Следовательно, определяется место художественного музея как пространства встречи человека с произведением искусства: музей выступает организатором, инициатором отношения-диалога. Выставляя экспозиционную композицию, музей дает возможность зрителю выбрать произведение для вступления в диалог, а для зрителя на первое место выходит сакрализация представленных предметов, сама возможность для вступления в диалог с произведением.

Следующим пунктом необходимо рассмотреть понятие «музейные практики» и их классификацию в современной музеологии.

На сегодняшний день деятельность художественных музеев выходит за рамки только хранения и демонстрации произведений изобразительного искусства. В определении ИКОМ четко прослеживается зависимость музея от публики. Соответственно, изменение в среде потенциальных посетителей оказывает влияние на различные практики музейной работы. Музейная институция выдвигает новые требования к своей собственной деятельности, что провоцирует развитие музейного поля вовне конкретного учреждения.

Главным становится диалог, коммуникация между музеем и посетителем, и главной задачей музейного профессионала является построение этой коммуникации.

Здесь следует обратить внимание на малое количество определений «музейные практики», под которыми понимаются различные направления музейной деятельности. В издании «Ключевые понятия музеологии» ИКОМ музейная практика называется музеографией и определяется как «практический или прикладной аспект музеологии, т.е. совокупность методов, которые были разработаны для выполнения музейной деятельности, в частности, в отношении планирования и оснащения музейных помещений, консервации, реставрации, безопасности и экспозиции» [42, с. 52]. Авторы словаря предлагают представить музеологию как систему, где основным направлением работы становится представление коллекции зрителю в интересном для него виде. Современная музейная институция рассматривает понятие музейной практики как спектр всех методов создания и оснащения музейной экспозиции. В той же статье С.А. Сапанжа определяет музеологическую практику и составляющие ее факторы: социальное развитие немусеологического пространства, научный прогресс в области изучения материальной культуры, развитие в области менеджмента, маркетинга, образования, влияние музейных сотрудников с немусейной подготовкой и общая креативность, проявляемая людьми.

Для разработки понятийного аппарата необходимо рассмотреть подробно предлагаемое понятие. Слово «практики» происходит от греческого слова *πράξις* — деятельность, то есть определенные действия, направленные на решение какой-либо проблемы. Так как в данной работе основным направлением является изучение музейной деятельности, таким образом, под музейной практикой будет пониматься действие, направленное на реализацию основной цели музея — хранение и демонстрация материального и нематериального наследия человечества и его окружения. Таким образом, под музейной практикой может пониматься весь спектр деятельности музейных профессионалов, направленный на «хранение» и «демонстрацию».

Как уже говорилось выше, социальные изменения провоцируют изменения в целях музейной деятельности, и на сегодняшний день наиболее важной становится деятельность по выстраиванию коммуникации с посетителем. Объектом исследования являются музейные практики взаимодействия с молодежной аудиторией, что приводит к необходимости рассмотрения музейной коммуникации. Коммуникация является основной функцией языка, то есть средством общения. Слово «коммуникация» в переводе с латинского языка означает «сообщение», «передача». В философской энциклопедии дано следующее понимание коммуникации: «Общение, обмен мыслями, сведениями, идеями и т.д.; передача того или иного содержания от одного сознания (коллективного или индивидуального) к другому посредством знаков, зафиксированных на материальных носителях» [94].

Таким образом, коммуникация – это обмен и передача мыслей. В процессе коммуникации происходит обмен между несколькими сознаниями, целью которого является познание. Следовательно, коммуникация выступает средством познания действительности, а в преломлении к музейной деятельности коммуникация является средством познания музейного предмета. Ян Долак определяет музейную коммуникацию в качестве коммуникации музея с посетителем посредством музейных экспозиций и выставок как комплексов непосредственного воздействия [28, с. 106]. Таким образом, музейная коммуникация строится в пространстве самого музея, задействуя определенную экспозицию или выставку. В той же статье Ян Долак постулирует, что в основе такой коммуникации лежит задумка выставки куратором и предварительное представление посетителя, второй стороны коммуникации, об этом предмете. В процессе «музейного общения» и формируется познание человеком музейного предмета.

Исходя из вышесказанного, следует представить следующее определение музейных практик – это спектр действий, направленных на коммуникацию человека с музейным предметом. Представляется важность рассмотрения

понятия «музейный предмет». Согласно Федеральному закону от 26.05.1996 N 54-ФЗ (ред. от 28.12.2017) «О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации» музейный предмет - это «культурная ценность, качество либо особые признаки которой делают необходимым для общества ее сохранение, изучение и публичное представление». Ключевые понятия музеологии определяют музейный (музеальный) предмет как то, что было музеефицировано, т.е. стало музейным предметом [42, с.70-74]. Музейный предмет – это обязательно подлинная вещь или ее виртуальный заместитель, который несет в себе особые признаки, необходимые для общества. В основе этой необходимости лежит понятие культурной ценности, которое в федеральном законе определяется как «движимые предметы материального мира независимо от времени их создания, имеющие историческое, художественное, научное или культурное значение». Соответственно музейный предмет – это движимый предмет, имеющий историческое, научное или культурное значение, который необходимо сохранять, изучать и представлять публике. Согласно Яну Долаку, в музейной деятельности музеальный предмет является знаком высказывания в экспозиции. Музейный предмет находится в самом центре музейной институции, вокруг которой и происходит вся деятельность музейной сферы.

Исходя из определения термина «музей», заданного ИКОМ, необходимо уточнить, что в данной работе главным предметом изучения является именно художественный музей, который занимается приобретением, хранением, исследованием, популяризацией и экспонированием произведений изобразительного искусства. Соответственно, музейные практики, рассматриваемые в данной работе, будут иметь место именно в применении к выстраиванию диалогового пространства зрителя и произведения искусства.

Согласно современной теории изобразительного искусства В.И. Жуковского и Н.П. Копцевой, пространство взаимодействия зрителя с произведением изобразительного искусства – это и есть пространство диалога. Следовательно, коммуникативный подход в построении экспозиции и в

музейной деятельности в целом является достаточно приемлемым. В современной теории определение произведения изобразительного искусства имеет два аспекта. Во-первых, «произведение изобразительного искусства – это нечто про-изведенное из небытия в существование, нечто сотворенное, то есть обретшее статус габаритного предмета в качестве наличного бытия мира «второй» природы». Во-вторых, «произведение искусства – есть искусственное или искусное, не функциональное в бытовом отношении, иллюзорно конечная вещь-идеал, искус которой направлен на ре-лигу (восстановление единства, союза) человека и Абсолюта посредством подобной вещи-идеала». Однако большинство исследователей склоняется к рассмотрению произведения искусства как материального предмета, приобретающего определенный ценный статус только в момент взаимодействия со зрителем. Например, С.М. Даниэль разрабатывает зрительское общение с произведением-вещью как диалог: «Искусство является производением общения – как в значении результата, так и в значении направленности действия на создание человеческих отношений» [23].

Как уже отмечалось выше, при взаимодействии с произведением зритель вступает с ним в диалог-отношение, который в своем развитии рождает художественный образ – идею произведения искусства. Исследователи выделяют художественный образ в качестве гармоничной составляющей между содержанием и формой, объясняя его с психологической точки зрения, как схватывание сущности на разных языковых уровнях. Зритель, вступая в отношение-диалог с произведением архитектуры, скульптуры или живописи, расшифровывает знаки языка произведения и формирует свое собственное понимание идеи. Чем искуснее зритель, тем более цельным будет получившийся художественный образ, то есть более полная идея произведения изобразительного искусства.

Соответственно, пространство художественного музея становится пространством общения, прежде всего, с произведениями изобразительного искусства. Оно становится своего рода местом встречи произведения и зрителя,

а, следовательно, способствует качественному прохождению отношения-диалога с рождением максимально корректного художественного образа. Таким образом, можно определить музейные практики в художественных музеях как спектр действий, направленных на коммуникацию человека с произведением изобразительного искусства с целью рождения максимально корректного художественного образа.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что к практикам музейной деятельности в художественных музеях будут относиться все действия, направленные на организацию диалога-отношения зрителя с произведением искусства. Так как данное определение охватывает большое количество различных направлений музейной деятельности, необходимо ограничить круг рассмотрения данного исследования современными тенденциями в деятельности художественных музеев, а также рассмотреть аудиторию, на которую направлены художественные практики.

1.2. Молодежь как аудитория художественного музея в качестве зрителя произведения изобразительного искусства

Определив, что музейные практики направлены на взаимодействие зрителя и произведения изобразительного искусства, необходимо рассмотреть определенного зрителя – объекта музейных практик. В контексте исследования современных музейных практик определенная категория – зритель как участник диалога-отношения с произведением изобразительного искусства, играет большую роль с точки зрения построения коммуникативной среды в музейном пространстве. Задачей данного параграфа является определение основных характеристик зрителя, а также возрастные особенности молодежной аудитории как участников диалога-отношения с произведением изобразительного искусства.

Современный подход к зрителю определяет его положение как субъекта коммуникации, который относится к произведению искусства как к другому

субъекту. С точки зрения коммуникативного подхода, произведение искусства как вещь, созданная в диалоге художника и художественного материала, содержит в себе знаки языка, закрепленные в процессе своего создания. В таком случае главной задачей зрителя становится прочесть эти знаки и расшифровать их.

Человек-зритель обладает способностями к прочтению текста произведения искусства визуальным языком. Последовательность определенных операций, направленных на чтение визуальных знаков, определяется возможностями самого зрителя, его возрастными, психологическими и социальными особенностями, которые накладывают отпечаток на операционные ходы в процессе отношения-диалога и помогают музейному профессионалу подобрать методы для взаимодействия с определенным посетителем. Особенности зрительского восприятия в контексте музейной деятельности формируют основу для построения музейных практик, развивают музейную институцию как посредника между конкретным человеком и произведением изобразительного искусства.

Согласно современной теории изобразительного искусства В.И. Жуковского и Н.П. Копцевой, зритель – это человек, выходящий на площадку отношения-диалога с произведением изобразительного искусства, который способен соотнести себя с произведением-вещью посредством явленного и существенного, имеющий навыки визуального мышления. Зритель способен видеть все видные и скрытые качества произведения-вещи, обладает способностью подбирать корректные значения, развивать себя, меняться в соответствии с этапами развития отношений. Зритель избирает для себя произведение-вещь, а также сам избирается произведением-вещью. Качество зрителя непостоянно, возникает только в момент коммуникации с произведением.

Как уже отмечалось выше, приход в музей – это первый шаг навстречу произведению, соответственно, корректно говорить о каждом посетителе музея как о потенциальном зрителе. Зритель актуальный - это музейный посетитель,

остановившийся возле конкретного произведения искусства и зачавший игровое отношение-диалог. Переход от потенциального зрителя, которым может выступить каждый живущий на земле человек, к актуальному наиболее эффективен в специально организованном пространстве – художественном музее, галерее, специальной площадке, которая своим устройством помогает перейти от «смотрю» к «вижу». Однако имеется несколько степеней зрительского восприятия, зависящих от стадий построения художественного образа.

В.И. Жуковский и Н.П. Копцева выделяют несколько ступеней зрительского качества:

«Зритель–наблюдатель» – это человек, находящийся на уровне субъектно-объектного отношения-диалога с произведением-вещью, не в состоянии четко отличить второприродные подлинно конечные вещи от иллюзорно-конечных. Это человек, почувствовавший заинтересованность к вступлению в отношение-диалог, но еще не перешедший границу актуальности. Зритель-наблюдатель – это, с одной стороны, стадия построения художественного образа в самом его зачатке, с другой - состояние человека, не пожелавшего вступать в отношение-диалог с произведением-вещью.

«Зритель-собеседник» – это человек, находящийся на уровне субъект – субъектного отношения-диалога с произведением-вещью. Он вступает в отношение-диалог с произведением-вещью, которое преобразуется для него в некий живой организм, наделенный рядом душевных и духовных свойств. Это человек, способный познать смысл произведения. Он представляет собой «интерпретатора», «расшифровщика» знаков языка произведения изобразительного искусства, который познает смысл в контексте своих возможностей и возможностей произведения. Художественный образ, получившийся в результате такого отношения-диалога, несет в себе эго-, социо- или религиозноцентрические идеи и смыслы, которые зритель-собеседник оставляет себе как итог произошедшей коммуникации.

«Зритель-сотворец» – это человек, способный на отношение-диалог с произведением-вещью как репрезентантом между конечным и Абсолютом. В данном случае произведение-вещь выступает только репрезентантом, а общение зрителя происходит с нематериальной сферой абсолютного. Значение слова «сотворец» здесь является определяющим: человек строит, творит, созидает новый мост познания окружающей действительности, и такое создание возможно только через произведение искусства. Здесь следует отметить, что подобный диалог возможен только в отношении произведения-шедевра и идеального зрителя, где произведение-шедевр – это вершина труда, узловая точка всей системы произведений искусства, а идеальный зритель - это личность в единстве плоти, души и духа, способная к отношению-диалогу с абсолютном через произведение-шедевр.

Таким образом, имеется несколько категорий зрителей, которые являются посетителями художественных музеев. Данная классификация позволяет не только выделить аспекты зрительского восприятия, но и понять необходимую направленность музейных практик, цель которых помочь человеку перейти из состояния потенциального зрителя к актуальному и выйти на площадку общения с произведением как неким мостом между человеком и Абсолютом. Следует отметить, что не каждое произведение изобразительного искусства является шедевром. *Однако музейные практики должны быть направлены на выработку у зрителя операционных действий с произведением и умения познать все составляющие его статусов.* Для развития зрительского опыта необходимо выявить основные характеристики потенциального зрителя.

Исследовательским полем данной работы выступает молодежь как определенная категория людей, способная на переход от потенциальности к актуальности в рамках зрительского восприятия произведений изобразительного искусства. Необходимым является изучение потенциального зрителя для выявления механизмов его перевода в зрителя актуального, а также влияние возрастных, психологических и ценностных характеристик молодежи на данный процесс.

Возраст от двадцати до тридцати пяти лет многими психологами выделяется как молодость или ранняя взрослость. Период молодости характеризуется становлением и достаточной психологической гибкостью: человек еще открыт новому. Молодые расположены к общению, ведущей их деятельностью является либо профессиональная учеба, либо трудовая деятельность, либо то и другое вместе [11]. Этот возраст характеризуется как «устойчиво концептуальная социализация, когда вырабатываются устойчивые свойства личности». Это возраст, когда человек приобретает свой психологический характер. Усвоенные знания, навыки, умения не только реализуются, но и получают свое дальнейшее развитие и творческое совершенствование. Соответственно, человек еще продолжает формироваться, практически сразу применяя свои знания на практике. Данная категория наиболее уязвима, так как продолжает формироваться уже вне стен образовательного учреждения, самостоятельно, под влиянием своего окружения. Именно здесь наиболее важно не прервать общение с подлинными произведениями искусства, продолжить формирование личности и эстетического вкуса, закрепить уже полученный опыт.

Исходя из этого, музей может выступить как модератор интереса молодежи к изобразительному искусству.

Наиболее важная способность молодых людей для реализации диалога с произведением искусства – это существенное развитие теоретического мышления, умение абстрагировать и делать обобщения. «Творческая активность молодого человека предполагает умение преодолеть обыденные представления, а иногда и выходить за рамки строгого логического следования и выводов, обращаясь к необычным связям и аналогиям, а также снятие разных запретов и ограничений для более полного своего проявления, свободный поиск нового и пр.» [16, с.232]. Таким образом, молодежная аудитория способна мыслить нестандартно, гибко, что позволяет ее представителям наиболее полно и самостоятельно раскрыть особенности произведения

изобразительного искусства, без опоры на мнения других людей и общепринятых норм общения с произведениями изобразительного искусства.

На сегодняшний день психологи выделяют большое количество аспектов, влияющих на развитие человека в период молодости: от условий взросления до собственных жизненных приоритетов. В контексте данной работы необходимо рассмотреть не только общие возрастные характеристики молодости и ранней взрослости, но также и ключевые аспекты поколения, вошедшего в период молодости в настоящее время. За основу берутся исследования современных психологов и социологов, направленные на составление психологического портрета российской молодежи. Для сегодняшней молодежной среды характерен непрерывный процесс получения образования [61], основанный на большом количестве информационно-образовательных ресурсов. Согласно последним исследованиям в области занятости молодежи большинство молодых людей выходит на рынок труда к 25 годам, тогда как до этого времени большинство молодых людей определяют основным приоритетом образовательную деятельность.

Интересным исследованием является работа М.С. Безбоговой и М.В. Ионцевой, где авторы использовали теоретические подходы к изучению молодежи последних двадцати лет и систематизировали различные исследования современной молодежи в России для определения характеристики «миллениумов» в российской действительности. В работе «Социальный психологический портрет современной молодежи» [4] авторы определяют «молодежь» как людей, родившихся с 1983 по 2000, которые сейчас вступили в активную фазу своей деятельности. Авторы статьи выделяют ключевые ценности поколения «миллениумов» - свобода, творчество и развлечения. Это поколение, склонное к быстрому развитию и принятию решений, а также к ощущению собственной уникальности. Согласно российским исследованиям последних лет еще одной из составляющих образа современного молодого человека является ориентация на гедонистические ценности.

Также выявляется определенная зависимость молодежи от современных технологий и техники, что приводит к трудностям восприятия большого количества сложной информации, склонности к постоянному ее упрощению. Дон Трепскотт, рассматривая «сетевое поколение», обозначил еще один немаловажный признак данной возрастной группы: любовь к «приколам», жажда инноваций и сотрудничества [83]. Выделяется виртуальная среда как «место обитания» данного поколения, их основная среда общения.

Описывая современную молодежь, М.С. Безбогова отмечает, что молодые люди более склонны получать информацию из «не текстовых» источников: видео, изображение, музыка и т.д. В контексте данной работы можно выделить важный тезис: *современная молодежь обладает наиболее развитым визуальным мышлением, что способствует построению корректного отношения-диалога с произведением искусства.*

Ценностно-мотивационная сфера молодежи характеризуется поиском чего-то нового, предпочтением гибкого графика в работе и наличием большого количества времени на саморазвитие. Более того, происходит ожидание мгновенной реакции на действие, результат деятельности должен быть виден сразу, при столкновении с трудностями молодые люди чаще всего отступают.

На основе проведенного исследования потенциального зрителя в лице молодежи, можно сделать следующие выводы:

- Молодежь – это люди в возрасте от 20-ти до 35-ти лет, принадлежащие к поколению «миллениумов», основными ценностями которых являются свобода, творчество и развлечение. Следовательно, в основе музейных практик, направленных на эту возрастную категорию, необходимо учитывать как потребность в творческой самореализации, так и в развлекательном контексте;
- Люди данного поколения не могут усвоить большое количество информации одновременно, однако имеют развитое визуальное мышление за счет постоянного использования «не текстовых» источников информации;

- Молодежь находится в определенном «переходном» периоде: от образовательной к трудовой деятельности. Это, в свою очередь, способствует интересу к новым формам досуга, что позволяет музейной институции выступить особым местом, где молодой человек сможет найти для себя новые возможности самореализации.

Исходя из вышесказанного, можно резюмировать, что музейные практики взаимодействия с молодежной аудиторией должны учитывать представленные характеристики и сосредоточить свою деятельность на потребностях сегодняшнего поколения «миллениумов». В следующем параграфе необходимо проанализировать применяющиеся современной музейной институцией практики и определить наиболее подходящие для молодежной аудитории.

1.3. Традиционные и инновационные музейные практики взаимодействия с молодежной аудиторией в художественном музее

В данном параграфе определяются наиболее подходящие музейные практики для взаимодействия с молодежной аудиторией. Изучение современных тенденций в методах работы с посетителем основано на выявлении современных художественных практик как средств для закрепления операционных ходов при взаимодействии с произведением искусства в контексте основополагающих ценностей современной молодежи, проанализированных в предыдущих параграфах.

Здесь необходимо обратиться к рассмотрению классификации существующих музейных практик. Как уже отмечалось выше, большинство исследователей сосредотачивает свое внимание на определенном аспекте музейной деятельности, что позволяет провести классификацию, основанную на исследованиях в области музейных практик последних пяти лет. Вопросом классификации современных музейных практик занималась М.И. Ильбейкина,

которая определила основные тенденции в сфере музейной коммуникации. В своей статье «Современные музейные практики: 2000-2012 гг.» автор разделяет три направления методологии современных музейных практик: экспозиционные, образовательные и коммуникационные. Все они направлены на организацию встречи человека с произведением. В этой же статье отмечается, что данная методология не является исчерпывающей, направления существующих практик могут и должны смешиваться, создавая определенные «гибриды»: проекты, реконструкции, использование интерактивных экспонатов, применение современных технологий и многое другое. Следует отметить, в данной работе анализируется деятельность музеев и галерей, направленных на современное искусство, однако, если говорить о музейной деятельности как не о площадке эксперимента, а о традиционном институте, то можно говорить о наличии традиционных и инновационных практик.

Наибольший интерес представляет определенный синтез различных направлений музейной работы в каждом отдельном выставочном проекте. На сегодняшний момент можно выделить несколько ключевых направлений музейных практик как традиционных, так и инновационных:

1. Образовательные (педагогические) средства;
2. Выставочные и кураторские проекты;
3. Использование современных технологий, сети Интернет и социальных сетей;
4. Рекламные проекты;

Рассмотрим некоторые из аспектов представленных средств.

1. Образовательные средства. Под данными средствами в статье понимаются все педагогические приемы взаимодействия с посетителями в условиях музея. В учебном пособии «Я поведу тебя в Музей...» М.Ю. Юхневич предлагает следующие базовые формы культурно-образовательной деятельности музея: экскурсия, лекция, консультация, научные чтения, клуб (кружок, студия), конкурс, встреча с интересным человеком, концерт, праздник, историческая игра [93]. Здесь же можно выделить всевозможные мастер-классы

по различным техникам, способствующим формированию не только навыков художественного творчества, но и развитию визуального мышления. Т.В. Галкина называет первыми, исторически сложившимися формами музейной педагогики лекцию, экскурсию и консультацию [12]. Из лекции как статичной формы вышли музейные уроки, школы в музее и другие образовательные программы. Экскурсию от лекции отличает динамический характер рассказа.

Каждый художественный музей на сегодняшний день предлагает большое разнообразие различных лекториев и образовательных программ. Если сосредоточится на проектах молодежной направленности, то можно выделить несколько тенденций в современных образовательных программах:

а) циклы образовательных программ, объединенных одной тематикой – наиболее распространённый тип музейного лектория. Здесь актуальны вопросы, затрагивающие определенный период истории искусства, коллекцию музея, исторические хроники или тематические лекции, объединяющие произведения искусства из разных веков («Искусство в повседневности», «Тайны шедевров», «Стиль жизни - стиль искусства»);

б) разовые мероприятия или лекции на популярные темы с «захватывающим», интересным для современных молодых людей названием, а также тематические встречи с известными медийными лицами. Следует отметить, что большинство таких лекций, чаще всего, также объединяется в определенные тематические циклы;

в) отдельно можно обозначить формат дискуссии как наиболее интересный для молодежи, у которой есть потребность высказать свое мнение, применить свои знания на практике. Дискуссия как образовательное средство, способствует не только самовыражению индивида, но и мышлению, выявлению собственных умозаключений. Формат дискуссии может использоваться как в лекционных классах, так и во время экскурсии;

г) события, происходящие в пространстве экспозиции и способствующие большему осмыслению и пониманию экспозиции, эпохи, идеи выставки. К таким проектам можно отнести музыкальные вечера среди произведений

изобразительного искусства, всероссийские акции «Ночь музеев» и «Ночь искусств», а также различные квесты, игры в экспозиции.

Для образовательных средств взаимодействия с посетителем характерно: определенная серийность, регулярность занятий, целостность, продолжительный временной период. Педагогические формы взаимодействия с посетителем, хоть и относятся к наиболее традиционным, тем не менее, сохраняют свою актуальность в настоящем и несут в себе большую долю просветительной деятельности художественного музея. Следует отметить, что любой педагогический прием в музейной деятельности направлен на знакомство посетителя с информацией, связанной с деятельностью, коллекцией или выставкой музея.

Учитывая потребности и ценности молодежи, которая на сегодняшний день не настроена получать сложную информацию в большом количестве, наиболее корректными формами будет выступать цикл образовательных форм, посвященных определенной тематике, а также включение диалогового компонента, так как современный молодой человек желает высказать свое мнение и открыт новому опыту общения.

2. Выставочные и кураторские проекты. Проектная деятельность в современном обществе выходит на первое место, в том числе и в художественной культуре. «Большинство российских музеев используют традиционные формы демонстрации музейных ценностей, что в современной экономике впечатлений не увлекает посетителя. Сегодня посетители музея заинтересованы в получении необычного, яркого опыта на основе символического капитала, где реальные артефакты дают лишь некий аттрактивный импульс, а значение приобретают создаваемые впечатления» [15]. Здесь и выходит на первое место понимание выставки или события как целостного проекта, организованного одним куратором, который полностью понимает цели этого проекта и способен правильно поставить задачи остальным сотрудникам для достижения этих целей. Кураторство - одно из наиболее эффективных отделов искусствознания, применяемых на практике с

целью представления, показа зрителю произведений искусства. Зарождение кураторства приходится на 1920-е годы и начинается с фигуры Александра Дорнера, но расцвет данной профессиональной деятельности приходится на 1960-е годы и продолжает работу в настоящее время. Кураторский проект является неотъемлемой частью кураторской практики, основным результатом деятельности куратора. Согласно толковому словарю Ушакова Д. Н. проект (от лат. *projectus* - «брошенный вперед») - это план, замысел, предварительный набросок, прототип, прообраз предполагаемого объекта. Проект является некоторой моделью того, что по замыслу куратора будет представлять собой место встречи человека-зрителя и произведения-вещи и форму потенциального предшествующего художественному образу художественного пространства, явленного в виде определенных схем действия с произведениями искусства.

На сегодняшний день, практически каждая выставка или событие является проектом определенного куратора. Куратор как модератор всех процессов, проходящих в рамках выставочного проекта, продумывает не только смысловое наполнение выставки, но также и определенный способ экспонирования, подачи материала, событийного наполнения экспозиционного пространства. Интерес к той или иной выставке во многом зависит от действий куратора, его подхода к экспозиции и рекламе. Для молодежи кураторские проекты играют особую роль, так как это определено нечто новое, то, что они еще не успели увидеть и, скорее всего, больше не увидят, так как такие проекты не являются длительными.

Новизна в данном случае является определяющей, так как ценностно-мотивационная сфера молодого человека характеризуется, в первую очередь, постоянным поиском чего-то нового, а деятельность в большей степени направлена не на результат, а на процесс. В таком случае появляется новое представление в музейных практиках - «культура участия». Понимание человеком своей уникальности и направленности на процесс деятельности дает возможность делать посетителей не просто созерцателями, а активными

участниками художественного творческого процесса, что используют многие современные кураторские проекты.

3. Использование современных технологий, сети Интернет и социальных сетей. «Потенциальный музейный посетитель живет в мире частых революций в области технологии, и потому ему привлекательны новации. Надо учитывать мироощущение человека, привыкшего к новым техническим средствам, живущего с новой скоростью, новыми ритмами» [83]. Глобальная сеть Интернет стала важной частью культурной жизни вообще и жизни учреждений культуры в частности. Практически у каждого музея есть свой сайт и официальные аккаунты в различных социальных сетях. Актуальность использования социальных сетей и Интернета связана с их популярностью в настоящее время. Большое распространение получило понятие «Виртуальный музей». Т.Е. Максимова [52] определяет виртуальный музей как «цифровой информационный ресурс, находящийся в свободном доступе в сети Интернет. При создании виртуальных музеев используется самое разное программное обеспечение, включая мобильные приложения, благодаря которым виртуальные музеи постепенно завоевывают мобильный Интернет, адаптируя свои сайты к массово распространенным в молодежной среде планшетами и смартфонами, которые уже начали широко применяться в дистанционных образовательных технологиях» [66]. В глобальной сети можно найти виртуальные туры, рассказы о произведениях искусства, коллекциях, интерактивные игры. Социальные сети используются как средство продвижения музея и музейной коллекции в массах. Большое разнообразие представления музея в сети Интернет является показателем развития инновационных технологий музейной деятельности в вопросах взаимодействия с посетителем. Благодаря широкому спектру информации в глобальной сети музеи открыты для посетителя в любом уголке земли.

Присутствие музея в сети Интернет способствует также и удобству посетителя: современные молодые люди не расстаются с устройствами связи и доступность информации о музейной деятельности в социальных сетях

способствует развитию интереса молодежи к музейным коллекциям. Таким образом, присутствие музея в глобальной сети способствует также и его продвижению, то есть рекламе. Однако здесь следует разделить информацию о коллекции, выставках и событиях музея и большие рекламные проекты, которые рассматриваются в следующем пункте.

4. Рекламные проекты. В сфере художественной культуры могут быть использованы в адаптированном виде способы и средства маркетинговой деятельности, которые действуют в других сферах общественной жизни. Реклама как инструмент маркетинга в художественной культуре, в первую очередь, имеет социальный характер – она направлена на популяризацию изобразительного искусства. Здесь главным аспектом является творческая подача рекламного материала: демонстрация преобразования человека под воздействием искусства, представление проявления художественных практик в современной жизни. Примером может быть рекламная акция – флешмоб, посвященный открытию государственного музея Рейксмюсеум города Амстердама после продолжительной реконструкции. Чтобы анонсировать воссоединение полотен с их привычным домом, Государственный музей Амстердама в сотрудничестве с агентством JWT Amsterdam организовал флешмоб в одном из торговых центров города, в течение которого актёры разыграли костюмированный мини-спектакль с погоней за вором. Финальной сценой явилась «ожившая» картина Рембрандта - знаменитый «Ночной дозор». Надпись на импровизированной раме гласила: «Наши герои вернулись», тем самым, она знаменовала возвращение работ прославленных художников в лоно обновлённого музея.

Рекламная деятельность музея, направленная на пропаганду художественных ценностей, приближает искусство к человеку, делает его более доступным и понятным каждому. PR-кампании коллекций, кураторских проектов и образовательных программ способствуют формированию интереса к изобразительному искусству в молодежной среде.

Таким образом, можно установить, что все представленные музейные практики основываются на развитии интереса молодежи к изобразительному искусству. Каждый художественный музей современности может и должен применять все выделенные выше средства в совокупности. При подготовке культурного проекта необходимо точно определить цель: что необходимо достичь этой выставкой или событием. Важно назначить ответственного куратора, который исходя из поставленной цели, совместно с группой помощников, будет обозначать задачи и решать их доступными средствами. В культурной сфере одним из приоритетных направлений является образовательная составляющая. Следовательно, главной задачей кураторского проекта должно являться образование человека, его преобразование в момент общения с произведением искусства. Следует отметить, что образовательные средства могут быть представлены как в виде цикла информативных лекций или дискуссий, так и одноразово, но с большим охватом зрителей. Обязательное условие достижения цели проекта – его взаимодействие со зрителем. Для этого необходимо создать актуальную и привлекательную информацию для пользователей сети Интернет и организовать ее размещение на всех доступных рекламных площадках, а также в целом «подстегнуть интерес» людей к проекту особой PR-акцией, тем самым, расширить контингент заинтересованных в конечном продукте людей. Только наличие всех составляющих способствует прививанию интереса к посещению художественного музея молодыми людьми, а, следовательно, и их общению с подлинными произведениями искусства и саморазвитию.

Выводы главы:

В данной главе выявлены основные теоретические предпосылки рассмотрения современных музейных практик взаимодействия с молодежной аудиторией. Проанализировав литературу по теме и практики музеальной деятельности, можно сделать следующие выводы:

- музей как место встречи произведения искусства и зрителя есть площадка отношения-диалога для построения корректного художественного образа,

следовательно, в основе построения музейного пространства лежит коммуникативный подход;

- пространство музея в своей общности есть пространство коммуникации, как конкретного зрителя с конкретным произведением искусства, так и общего количества посетителей с общей идеей экспозиции, где каждый предмет является коммуникативным знаком, направленным на общую идею выставочного пространства;
- музей является организатором коммуникации зрителя с произведением искусства;
- музейные практики в художественных музеях – это спектр действий, направленных на коммуникацию человека с произведением изобразительного искусства с целью рождения максимально корректного художественного образа, к практикам музейной деятельности в художественных музеях будут относиться все действия направленные на организацию диалога-отношения зрителя с произведением искусства;
- зритель может быть потенциальным (все живущие на земле люди) и актуальным (вступивший на путь отношения-диалога с произведением изобразительного искусства);
- актуальный зритель проходит несколько стадий: наблюдатель, собеседник, сотворец, следовательно, музейные практики должны быть направлены на выработку у зрителя операционных действий с произведением для корректного отношения-диалога с произведением изобразительного искусства и перехода от одной стадии зрительского восприятия к другой;
- потенциальный зритель в аспекте данной темы - это молодой человек в возрасте от 20-ти до 35-ти лет, имеющий определенные качества: тяга к новизне и общению, развитое визуальное мышление, основополагающими ценностями которого являются свобода, творчество и развлечение;

- потенциальный зритель из молодежной аудитории активно пользуется социальными сетями и сетью Интернет, что должно стать основой для привлечения молодежи в музей и перевода статуса зрителя из потенциального в актуального;
- к современным музейным практикам взаимодействия с молодежной аудиторией относятся: образовательные приемы, в том числе творческая деятельность и диалоговое общение; выставочные и кураторские проекты, способствующие удовлетворению потребности в новизне и развлечении; современные технологии и продвижение в сети Интернет; рекламные проекты, направленные на пропаганду изобразительного искусства в целом и преобразование человека под действием произведения, что способствует удовлетворению потребности молодежи в самореализации и саморазвитии;
- для наиболее корректного выстраивания пространства музея как места встречи произведения изобразительного искусства и зрителя необходимо использовать все предложенные средства в синтезе, что даст возможность раскрыть все аспекты отношения диалога зрителя с произведением изобразительного искусства;

Задачей следующей главы является анализ конкретных примеров применения современных музейных практик взаимодействия с молодежной аудиторией в художественных музеях города Красноярск.

2. СОВРЕМЕННЫЕ МУЗЕЙНЫЕ ПРАКТИКИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С МОЛОДЕЖНОЙ АУДИТОРИЕЙ В РЕГИОНАЛЬНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ МУЗЕЯХ

Целью второй главы является анализ применяемых современных музейных практик в региональных художественных музеях при работе с молодежной аудиторией на примере музеев города Красноярска. В первой главе проанализированы ценностные ориентации и интересы современной молодежи и рассмотрены основные принципы работы с молодежной аудиторией в художественных музеях. В первом параграфе второй главы проанализированы данные, представленные в свободном доступе в сети Интернет о художественных музеях города Красноярска, во втором рассмотрены принципы работы с молодежной аудиторией на примере Красноярского художественного музея имени В.И. Сурикова, а третий параграф посвящен разработке практических рекомендаций по работе с молодежной аудиторией в региональных художественных музеях.

2.1. Музейные практики художественных музеев города Красноярска

Первый параграф посвящен анализу существующих музейных практик, используемых в музеях художественного профиля в конкретном регионе. Региональные художественные музеи имеют свою определенную специфику и ряд проблем, отличающих их от центральных музеев. Региональные художественные музеи начали складываться во второй половине XIX века благодаря «Товариществу передвижных художественных выставок». Уже к первой трети XX века в России формируется сеть региональных художественных музеев, основанных на частных коллекциях местных купцов, меценатов, художников, национализированных собраний, и во второй половине XX века – из фондов крупнейших художественных музеев страны.

Учитывая особенности формирования художественных музеев в регионах в течение XX века, можно выделить несколько ключевых отличий региональных музеев от центральных крупных художественных музеев: удаленность от культурных центров (г. Москва, г. Санкт-Петербург), что усложняет доставку знаковых произведений искусства для выставок из крупных музеев страны; развитие фондового потенциала регионального художественного музея в большой степени происходит за счет регионального искусства: местных мастеров и художников; ограниченность ресурсами: небольшие выставочные пространства, отсутствие отдельных помещений для проведения мероприятий (залов, не задействованных под экспозицию), малая оснащенность современным экспозиционным оборудованием, недостаточное количество работников узкого профиля, не связанных напрямую с основной деятельностью (дизайнеры, экспозиционеры, пресс-секретари, специалисты по работе с посетителями и т.д.).

Необходимо также обозначить различные существующие виды художественных музеев. На сегодняшний день художественные музеи многие исследователи, например Б.Я. Столяров [81] разделяют по профилю: музеи изобразительных искусств (собрания без четкой национальной окраски), музеи национального или зарубежного искусства; архитектурные музеи (музеи-памятники, музеи-дворцы, музеи-усадьбы и т.п.); музеи слепков (собрание точных воспроизведений предметов декоративно-прикладного искусства и скульптуры, возникли в XVI в. в Европе); музеи декоративно-прикладного искусства; художественно-промышленные музеи; музеи народного искусства; мемориальные музеи выдающихся художников (музеи-мастерские, музеи-квартиры, дома-музеи). Каждый из представленных видов музеев обладает своей определенной спецификой и уже обозначенными проблемами, характерными для регионального музея. В данной работе является важным сформулировать ключевые рекомендации по работе с молодежной аудиторией в региональном художественном музее, для чего предлагается выбрать наиболее универсальный вид художественного музея. Исходя из

представленной классификации, предлагается выбрать музей изобразительных искусств, в основе которого находится коллекция произведений изобразительного искусства, собранная в течение XX века и отражающая развитие изобразительного искусства определенного периода. В коллекцию входят как произведения национального или зарубежного искусства, так и местных региональных художников. В данной работе такой тип музея, деятельность которого основана на коллекции изобразительного искусства, уместно будет назвать классическим типом. Музей классического типа является наиболее распространенным типом музейной институции в России, что также позволяет рассматривать именно такие региональные музеи в данной работе.

Для изучения основных тенденций использования современных музейных практик взаимодействия с молодежной аудиторией рассмотрим деятельность музеев художественного профиля города Красноярска. В настоящее время в Красноярске насчитывается 29 музеев [95], из них всего 4 имеют художественный профиль: Красноярский художественный музей имени В.И. Сурикова, Музейный центр «Площадь мира», Музей художника Б.Я. Рязова и Музей-усадьба В.И. Сурикова. Следует более подробно рассмотреть специфику каждого из представленных музеев.

В основе анализа деятельности музеев лежит изучение содержания официальных сайтов и социальных сетей музеев и той информации, которая есть в свободном доступе в сети Интернет. Это обусловлено необходимостью рассмотреть привлекательность каждого из представленных учреждений для молодежи. Исходя из портрета современного молодого человека, у которого основным источником информации выступает сеть Интернет, необходимо обратить внимание на представленную информацию с точки зрения интереса к ней современной молодежи согласно следующим критериям:

1. общее впечатление от сайта и социальных сетей учреждения, так как современный молодой человек использует все возможности сети Интернет для получения информации;

2. частота смены экспозиций и выставок в музее, что отвечает потребности современной молодежи в новизне;
3. наличие интерактивных мероприятий, отвечающих потребности в саморазвитии и развлечении;
4. наличие использования современных технологий в деятельности музея, способствующих появлению интереса у молодежи;
5. развитость рекламных коммуникаций музея.

Предложенные критерии отвечают основным потребностям современной молодежи в новизне, развлечении и саморазвитии, следовательно, положительные ответы на данные вопросы станут основным показателем интереса молодежи к данному учреждению.

Муниципальное бюджетное учреждение культуры «Музей-усадьба В.И. Сурикова»

Музей-усадьба В.И. Сурикова основан в 1948 году на базе коллекции Красноярского краеведческого музея. Собрание музея-усадьбы складывалось из предметов, находившихся в доме при жизни Суриковых, а также произведений и личных вещей художника, подаренных его родными. Фонды музея включают живопись, графику, скульптуру, книги, предметы декоративно-прикладного искусства, документы и фотографии. В настоящее время музей находится в городском подчинении и является в основном мемориальным музеем семьи Суриковых, памятником культуры федерального значения.

1. Общее впечатление от сайта и социальных сетей. Визуальное наполнение сайта сдержанное, доминирует светло-коричневый цвет (ПРИЛОЖЕНИЕ А). Присутствует информация о коллекции, проходящих выставках и мероприятиях, виртуальный тур, проектная деятельность.

Музей-усадьба В.И. Сурикова присутствует в социальных сетях «ВКонтакте», «Instagram», «Facebook». Следует отметить, что подача информации в каждой социальной сети отличается. Если в «ВКонтакте» и «Facebook» информация подается официально, присутствуют результаты научных изысканий, то в «Instagram» новости и посты предстают в более

легкой форме. Преимущественно это информация, затрагивающая только ту деятельность музея, которая направлена, конечно же, на молодежную аудиторию. Такой подход в настоящее время актуален и востребован: «Instagram» сейчас наиболее «молодежная» социальная сеть.

2. Частота смены экспозиций. Судя по официальному сайту музея-усадьбы, новые выставочные проекты очень редки, а кураторские проекты практически не возникают, что, с одной стороны, противоречит необходимости в постоянном обновлении экспозиции при работе с молодежной аудиторией. С другой стороны, это обусловлено мемориальным типом музея: находясь в здании, являющемся памятником культуры федерального значения, учреждение не должно менять экспозиции в связи с требованиями Росохранкультуры Российской Федерации. Кроме того, в связи с требованиями охранного обязательства музей-усадьба не может проводить работы, изменяющие облик интерьера.

3. Наличие интерактивных мероприятий. Особый раздел сайта «Проекты музея» посвящен трем проектам: ежегодные празднования Масленицы и Пасхи во внутреннем дворе музея, погружающие посетителей в жизнь конца XIX века – это проект «Живой дом». Интерес представляет проект «Усадебные записки» - музейный блог, посвященный исследованиям, историям, музейным тайнам. Так как современная молодежь много времени проводит в сети Интернет, такой вид подачи информации может быть вполне интересен. Однако, пройдя по ссылке, можно заметить, что информация выкладывается достаточно редко, а последний пост был более года назад.

В разделе «Акции и конкурсы» последним стал конкурс-квест по городу Красноярску «Суриковские версты». Музей вышел за рамки своего пространства и представил своим посетителям возможность познакомиться с «суриковскими местами» по всему городу. Данный проект проходил в формате квеста по карте-путеводителю. Каждый участник, посещая предлагаемые на карте места, делал свою фотографию и выкладывал ее в социальные сети со специальным хэштегом. Данное мероприятие отвечает потребностям

молодежной аудитории в развлечении, саморазвитии и направлено на продвижение творческой биографии известного красноярского художника в молодежной среде. Такой формат способствует не только привлечению молодежи в музей, но также и провоцирует посетителя на вступление в диалог-отношение с произведениями изобразительного искусства: выполняя задания в художественных музеях, он концентрируется на определенных произведениях. В процессе прохождения квеста каждый участник в поисках подсказки подробно разглядывает каждое произведение, что способствует изменению его статуса с «наблюдателя» к «собеседнику» в развитии диалога-отношения.

Музей ежегодно участвует во всероссийских акциях «Ночь музеев» и «Ночь искусств», в рамках которых проводятся различные мероприятия, направленные на молодежную аудиторию.

4. Наличие использования современных технологий. Проект «Актуальная история» заключается в расположении QR-кодов с информацией об экспонатах в экспозиции музея. Каждый посетитель, имеющий смартфон, может использовать специальную программу, считывающую QR-код, и получить доступ к информации об истории музея, определенном экспонате или картине. Такой интерактивный прием вполне актуален и приемлем, он способствует доступности информации для молодежи и отвечает потребности самостоятельного изучения экспозиции.

Проекционное шоу «Ожившая коллекция музея-усадьбы В.И. Сурикова» – это мультимедийное представление произведений В.И. Сурикова. Презентация проекта состоялась 20 мая 2017 года в рамках всероссийской акции «Ночь музеев» во внутреннем дворе усадьбы, а летом того же года проект был представлен в пространстве города в сквере В.И. Сурикова, что можно представить как рекламную музейную акцию.

5. Развитость рекламных коммуникаций. Музей использует все возможности современных рекламных коммуникаций: работает с региональными СМИ: газетами, радио, телевидением, проводит рекламные

акции. В основе рекламных кампаний лежат происходящие в музее события: мероприятия, лекции, новые элементы экспозиции.

Опираясь на официальный сайт музея-усадьбы, можно выделить несколько важных аспектов: используемые образовательные средства направлены, в основном, на школьную аудиторию и опираются на исторический материал. В целом музей-усадьба В.И. Сурикова использует все возможности коммуникации с молодежной аудиторией и развивает свою деятельность в рамках возможностей мемориального комплекса.

Обособленное структурное подразделение «Музей художника Б.Я. Рязова» в составе Муниципального бюджетного учреждения культуры «Музей «Мемориал Победы»

Музей основан в 1995 году, открыт для посетителей в 2005 году. В коллекции музея представлены фронтовая графика Бориса Рязова, его живописные работы на тему Великой Отечественной войны, фотографии, письма, безвозмездно переданные семьей художника в музейный фонд. В настоящее время музей находится в городском подчинении и является структурным подразделением музея «Мемориал Победы», к которому был присоединен в ноябре 2017 года.

1. Общее впечатление от сайта и социальных сетей. Основной цвет страницы музея – белый. На его фоне используемые афиши выставок и мероприятий выглядят достаточно ярко (ПРИЛОЖЕНИЕ Б). На официальном сайте учреждения представлена информация о создании музея и творчестве художника Б.Я. Рязова, отдельно имеется информация о коллекции, выставках и событиях.

На официальном сайте имеется ссылка только на одну социальную сеть – «ВКонтакте», где представлена информация о выставках и мероприятиях музея в доступной подписчикам форме в сопровождении фотографий событий. На официальном сайте нет ссылки на другие социальные сети, однако у музея имеется также аккаунт в «Instagram», где используются все возможности данной платформы: фотографии, видео, сторис. В «Instagram» публикуется не

только информация о выставках и мероприятиях, но также «игровые» интерактивные посты, где призывают подписчиков угадать художника, предложить багет для картины и многое другое. Такой прием, ориентирован на включение потенциальных зрителей в художественную среду и, конечно же, как и сама социальная сеть, рассчитан на молодежную аудиторию. Использование игровых компонентов в социальных сетях способствует развитию интереса к изобразительному искусству: разыскивая ответ на вопрос или выполняя задание, подписчик изучает интернет-репродукцию и вступает с ней в диалог, тем самым, развивая первичные навыки общения с произведением изобразительного искусства.

2. Частота смены экспозиций. В разделе выставки можно проследить, что музей имеет как постоянную экспозицию произведений художника Б.Я. Рязова, так и проводит временные выставки, в том числе и современных художников, что отвечает потребности современной молодежи в новизне.

3. Наличие интерактивных мероприятий. В разделе «события» представлена информация о мастер-классах по керамике, что согласно описанному в первой главе психологическому портрету, будет интересно современной творческой молодежи. В музее проводятся лекции, мастер-классы, театральные читки и интерактивные мероприятия в рамках различных выставок. Такой разнообразный подход позволяет привлечь молодежную аудиторию.

Музей ежегодно участвует во всероссийских акциях «Ночь музеев» и «Ночь искусств», в рамках которых проводятся различные мероприятия, направленные на молодежную аудиторию.

4. Наличие использования современных технологий. В сети Интернет, а также при посещении музея не было обнаружено использования современных технических средств представления коллекции и выставки.

5. Развитость рекламных коммуникаций. Музей использует все возможности современных рекламных коммуникаций: работает с региональными СМИ: газетами, радио, телевидением, проводит рекламные

акции. В основе рекламных компаний лежат происходящие в музее события: мероприятия, лекции, новые элементы экспозиции.

Музей художника Бориса Рязова является образцом небольшого художественного музея, который представляет возможности для молодежи в саморазвитии и самореализации, отвечает потребности в новизне и творчестве. Являясь классическим художественным музеем с небольшой экспозиционной площадью, он использует современные практики работы с молодежной аудиторией, однако основным контингентом посетителей являются школьники и люди пожилого возраста.

Краевое государственное бюджетное учреждение культуры «Красноярский художественный музей имени В.И. Сурикова»

Красноярский художественный музей имени В.И. Сурикова основан в 1957 году как Красноярская художественная галерея. Сегодня фонды музея составляют около 16 000 единиц хранения, в которых собраны произведения от XVIII до начала XX веков, представляющих собой классические образцы изобразительного искусства. Художественный музей находится в подчинении Министерства культуры Красноярского края.

1. Общее впечатление от сайта и социальных сетей. Сайт музея выдержан в классическом стиле и содержит в себе всю необходимую информацию: мероприятия, режим работы, выставки, виртуальный тур (ПРИЛОЖЕНИЕ В). Определенную сложность составляет навигация по сайту: поиск здания, в котором проходит определенная выставка или мероприятие. Дело в том, что музей сегодня ассоциируется со зданиями в центре города, особенно со старинной усадьбой, что представляет определенную сложность для посетителей.

Музей представлен в социальных сетях: «ВКонтакте», «Facebook», «Instagram». Несмотря на то, что информация дублируется в каждой социальной сети, ее подача отличается от представленной на сайте, имеются постоянные рубрики, как познавательные (например, «Термины искусства», «Наши фонды») так и развлекательные (игры «Угадай картину», «Звуки

картины»). Представлена информация о деятельности музея: мероприятиях и выставках.

2. Частота смены экспозиций. Выставки периодически меняются: имеются как привозные проекты из других музеев и галерей России, так и выставки из собственных фондов, что соответствует потребности современной молодежи в новизне. Более того, музей работает, как с классическим искусством, так и с современными, в том числе региональными художниками. Привозные выставки «Сальвадор Дали. Сюрреализм – это Я» с зоной мультимедиа, «Сибирь. Преображение» с разнообразными видами искусства (скульптура, ювелирное искусство и авторские куклы Даши Намдакова) представляют особый интерес, так как эти проекты впервые представлены в городе Красноярске.

3. Наличие интерактивных мероприятий. Среди мероприятий, интересных для молодежи, можно выделить дискуссионные образовательные проекты: «Диалоги об искусстве», «НЕЛЕКЦИЯ».

Различные мастер-классы по техникам изобразительного искусства, проводимые сотрудниками музея, дают возможность современному молодому человеку найти для себя наиболее интересную технику или вид творчества. Мастер-классы как вид музейной деятельности относятся к образовательным средствам и способствуют развитию у участника не только навыков создания определенных вещей, но и развитию визуального мышления, которое играет важную роль в общении с произведениями изобразительного искусства. Более того, понимание техники создания произведений способствует более простой расшифровке визуальных знаков языка произведений изобразительного искусства. Образовательный проект «Факультет искусств» является целостной программой знакомства с историей изобразительного искусства с древних времен и направлен на развитие у посетителей навыков общения с произведениями изобразительного искусства в процессе семинарских занятий. Такой подход, с одной стороны, знаком молодым людям, с другой – предлагает

альтернативный вариант обучения изобразительному искусству как дополнительной дисциплине.

Музей ежегодно участвует во всероссийских акциях «Ночь музеев» и «Ночь искусств», в рамках которых проводятся различные мероприятия, направленные на молодежную аудиторию.

4. Наличие использования современных технологий. В экспозициях музея задействованы мультимедиа, фотозоны, интерактивные площадки. По выставке «Русское классическое искусство XVIII – начала XX вв.» разработаны аудиогиды. Для знакомства с коллекцией иконы в 2016 году в рамках международного грантового конкурса «Православная инициатива» был установлен современный сенсорный стол. Сотрудники музея совместно с Сибирским федеральным университетом разработали уникальный контент и программное обеспечение. Они направлены на знакомство с особенностями создания иконы, видами иконописи и коллекцией поздней русской иконы из собрания Красноярского художественного музея имени В.И. Сурикова с использованием современных технологий мультимедиа.

5. Развитость рекламных коммуникаций. Выставочные проекты и мероприятия анонсируются в сети Интернет, на страничках в социальных сетях и местными СМИ. Музей проводит рекламные акции, сотрудничая с журналами и местными СМИ, имеет свой официальный хэштег #ИщиМенявМузее.

Красноярский художественный музей имени В.И. Сурикова можно отнести к классическому типу художественного музея: наличие большой коллекции произведений изобразительного искусства, как известных русских художников, так и сибирских авторов, сформированной в течение XX века. Деятельность музея в области применения современных музейных практик взаимодействия с молодежной аудиторией достаточно развита и разнообразна.

Краевое государственное бюджетное учреждение культуры «Музейный центр «Площадь Мира»

Музейный центр «Площадь Мира» был основан как 13-й филиал Центрального музея Ленина, в 1991 году был преобразован в Красноярский Музейный Центр. В фондах музея, которые начали формироваться с 1991 года, находятся произведения живописи, графики, скульптуры, а также инсталляции и арт-объекты современного искусства. В настоящее время он носит название «Краевое государственное бюджетное учреждение культуры «Музейный центр «Площадь Мира» и находится в подчинении Министерства культуры Красноярского края.

1. Общее впечатление от сайта и социальных сетей.

Музей активно работает в Интернет-пространстве: современный сайт и ребрендинг, проведенный в 2015 году, сформировали активное и яркое информационное поле музея. На главной странице сайта представлены сменяющиеся виджеты о проходящих событиях, есть информация о выставках, мероприятиях, коллекции музея и передвижных проектах. Имеется виртуальный тур. В целом, сайт выглядит очень динамично и ярко (ПРИЛОЖЕНИЕ Г).

Имеются официальные аккаунты в социальных сетях: «Facebook», «ВКонтакте», «Twitter», «YouTube» и «Instagram», где публикуется информация о музейных событиях, в том числе и о музейном «закулисье». Каждая социальная сеть часто обновляется, наполнена разнообразной информацией, представленной в ярком, динамичном формате.

2. Частота смены экспозиций. В музее есть постоянные экспозиции и временные кураторские проекты: как сообщается на сайте учреждения, 26 постоянных экспозиций и инсталляций и около 38 временных выставок ежегодно. Раз в два года проводится Красноярская международная музейная Биеннале – уникальный фестиваль арт-работ в музейном контексте, куда включены экспозиционные проекты и паблик-арты, образовательные программы и спецпроекты. В рамках биеннале в музейном центре представлено больше двадцати художников современного искусства, произведения которых особым образом вписаны в интересный интерьер здания и сопровождаются

пояснительными текстами. Музейная биеннале – пример большого кураторского проекта, направленного на привлечение внимания к современному искусству, а также на развитие визуальных навыков у актуальных зрителей, вступающих в отношение с этими произведениями.

Работа учреждения с современным искусством способствует привлечению молодежной аудитории, которой интересно все новое и необычное. Музейная экспозиция выходит за рамки здания: паблик-арты на площади рядом с музеем привлекают молодых людей проводить время именно в этом месте, превращая вне музейных стен зрителей потенциальных в актуальных.

3. Наличие интерактивных мероприятий. «Площадь Мира» - это постоянная творческая лаборатория, площадка эксперимента, отвечающая всем запросам поколения «миллениумов». Здесь можно найти современное искусство, образовательные и просветительные проекты, современные экспозиции, развлекательные программы и даже ночные экскурсии. Разработаны «Толковые клубы» - специальные дискуссионные площадки, являющиеся особой коммуникативной средой для обсуждения произведений искусства. Музей активно участвует в общегородских проектах, разрабатывает специальные программы досуга для жителей города в летний период. Музейный центр первый в России провел Музейную ночь, сделав это мероприятие своим брендом. Сейчас Музейная ночь проводится два раза в год и являет собой особое представление в лабиринтах больших залов.

4. Наличие использования современных технологий. Работа с современным искусством также способствует привлечению современных технологий в музейное пространство: мультимедийные проекты и арт-объекты в большинстве своем направлены не только на представление современных художественных практик, но также и на прямой контакт с посетителем. Например, проект «Шаманский кабинет» - камерное пространство нового типа, где зритель будет чувствовать, получать информацию, коммуницировать и деятельно участвовать. В рамках кабинета были оцифрованы голоса сибирских

шаманов, записанные в 1927 году, которые можно послушать на специальных устройствах, располагающихся на стенах кабинета.

5. Развитость рекламных коммуникаций. Выставочные проекты и мероприятия анонсируются в сети Интернет, на страничках в социальных сетях и местными СМИ. Для рекламы с социальных сетей музей использует свой хэштег #mira1.

Музейный центр «Площадь Мира» является образцом развития современных музейных практик взаимодействия с молодежной аудиторией в региональных музеях художественного профиля, чему способствует работа институции с современным искусством. Однако данное учреждение не может быть отнесено к классическому типу художественного музея. Основная деятельность музея сосредоточена не на хранении и изучении коллекции изобразительного искусства прошлого, а направлена на систематизацию современных художественных практик и развитие художественного потенциала региона.

Исходя из представленного обзора художественных музеев города Красноярска, можно сделать следующие **выводы**:

- художественные музеи города стремятся быть ближе к своим посетителям: каждый имеет свои официальные сайты и страницы в социальных сетях, разрабатывает специальные проекты, направленные на информирование своих потенциальных посетителей о собственной деятельности;
- среди используемых практик доминируют образовательные приемы и методы взаимодействия с посетителем: лекция, дискуссия, мастер-классы;
- используются «игровые» практики, как во внутримузеевой среде, так и в социальных сетях, направленные на развлечение как потенциального, так и актуального зрителя;
- музейные практики, используемые в красноярских музеях, способствуют переходу зрителя от потенциального к актуальному и

формированию первичных навыков общения с произведениями изобразительного искусства;

- региональные художественные музеи города Красноярска можно условно разделить на три типа: классические художественные музеи, в основе которых лежит коллекция изобразительного искусства и ее изучение и хранение (Красноярский художественный музей имени В.И. Сурикова, музей художника Б.Я. Рязова); художественные мемориальные музеи, в основе которых находится не только коллекция, но и исторический контекст (Музей-усадьба В.И. Сурикова); и музеи современного искусства, в основе которых находятся современные художественные практики и основная деятельность которых направлена на развитие художественного потенциала региона (Музейный центр «Площадь Мира»);
- среди художественных музеев города Красноярска наиболее соответствующим запросам современной молодежи представляется Музейный центр «Площадь Мира». Однако, являясь учреждением, направленным на изучение существующих художественных практик, площадкой творческого эксперимента, музейный центр не может быть рассмотрен как образец музея классического типа. Следовательно, в следующем параграфе будет исследованы практики Красноярского художественного музея имени В.И. Сурикова, чья основная деятельность направлена на хранение и экспонирование произведений, находящихся в коллекции.

2.2. Наиболее эффективные современные музейные практики взаимодействия с молодежной аудиторией в Красноярском художественном музее имени В.И. Сурикова

Задачей данного параграфа является изучение деятельности регионального музея классического типа для выявления наиболее эффективных практик привлечения молодежной аудитории. В основе представленного анализа находится рассмотрение статистических данных, собранных в Красноярском художественном музее имени В.И. Сурикова за последние пять лет.

Красноярский художественный музей имени В.И. Сурикова был преобразован из муниципального в региональный в 2011 году, статистические данные в музее собираются с 2012 года. В ежегодные отчеты входит информация о количестве посетителей, в том числе и по категориям, данные о мероприятиях и нововведениях, принимаемые в отчетном году. На первом этапе, исходя из основных отчетных документов (дорожной карты, отчета о деятельности и аналитической записки), предлагается проанализировать зависимость применения различных музейных практик и количества посетителей. Вторым этапом является рассмотрение статистики роста интереса в социальных сетях в среде молодежи к определенным феноменам в деятельности музея. Сравнение полученных результатов даст возможность проанализировать актуальность применения в деятельности художественного музея определенных практик взаимодействия с данной аудиторией.

Первым этапом анализа станет систематизация общих данных. Для выявления основных показателей считается важным выделить основные направления деятельности, которые помогут выявить зависимость применения современных музейных практик и роста посетителей интересующего нас возраста.

Анализ данных строится по принципу выборки из общих показателей дорожной карты за каждый год с 2012 до 2017 количества посетителей отдельных мероприятий, что позволит выделить наиболее успешные музейные практики и проанализировать уровень их посещаемости, в том числе и интерес к ним молодежной аудитории.

В **2012** году в приоритетных направлениях деятельности есть пункт о применении современных каналов коммуникации и диверсификация существующих форм просветительной деятельности музея. Исходя из показателей отчета о плановых и внеплановых мероприятиях, самыми посещаемыми стали мастер-классы «Школа авиа-оригами» (45 чел.) и флешмоб «Отпусти мечту в небо» в рамках закрытия выставки «Крылья. Мечты о полете» (80 чел.), бал, посвященный 200-летию отечественной войны 1812 года (55 чел.). В 2012 году впервые проведена онлайн-викторина. Следует отметить, что в 2012 году наибольшее количество мероприятий имело ориентацию на школьную аудиторию: музейные уроки, интерактивные экскурсии, мастер-классы для детей и многое другое.

В **2013** году одним из приоритетных направлений остается «использование современных каналов коммуникации для связей с общественностью», но приоритета в определенной категории посетителей не выделяется. Следует отметить, что именно в 2013 году были заведены официальные аккаунты в социальных сетях «Facebook» и «ВКонтакте» и начали работу два постоянных музейных лектория: «Русское классическое искусство» и «Острые грани искусства». Однако в первый год посещаемость лекториев была очень мала. Наиболее посещаемыми являются мероприятия в формате ночи музеев «Тайны музейного двора» (250 чел.), «Тайны музейного двора в стиле барокко» (104 чел.).

Несмотря на то, что в 2013 году в приоритетных направлениях не выделяется акцент на определенную аудиторию, можно отметить увеличение количества мероприятий, направленных на молодежь: в формате музейной ночи, мастер-классы для взрослых (студия макетирования), заведены аккаунты в социальных сетях.

В **2014** году среди приоритетных направлений выделяется расширение спектра образовательных и культурно-досуговых мероприятий для разной аудитории. Наиболее посещаемые мероприятия: «Ночь искусств «НЕЛЕКЦИЯ» (100 чел.), «Ночь музеев «Тайны музейного двора» (345 чел.), показ мод от

известного кутюрье. Следует отметить, что введенное как разовое мероприятие «НЕЛЕКЦИЯ» стало основой выстраивания процесса отношений с молодежной аудиторией в дальнейшей деятельности Красноярского художественного музея. Посещаемость лектория «Острые грани искусства» по-прежнему мала.

2015 год интересен тем, что в приоритетных направлениях деятельности выделяется разработка и внедрение новых форм работы с молодежной аудиторией. В аналитической записке за 2015 год отмечено, что в рамках данного направления введен на постоянной основе дискуссионный проект "НЕЛЕКЦИЯ", особый лекторий "Любовь в искусстве" и интеллектуальная игра КВИЗ. Возрастает посещаемость лекториев: если в 2014 году средняя численность слушателей на лекции составляет 6 человек, то во второй половине 2015 года – 15 человек в рамках лектория «Острые грани искусства».

В 2015 году проведена акция «Ночь музеев» в необычном формате - квеста, в том числе поиска выхода из подвалов исторического здания музея, которую посетило 238 человек. Также среди самых посещаемых можно выделить ночь искусств "Искусство в твердом переплете" в формате квиза. В 2015 году появляется музейный аккаунт в социальной сети «Instagram».

Приоритетом в **2016** году для Красноярского художественного музея имени В.И. Сурикова стала его внутренняя деятельность (кадровая политика, актуализация внутренних ресурсов музея и т.д.). Несмотря на это, музей по-прежнему продолжает активную деятельность: разработан новый вид мероприятий «Прием у Веры Гадаловой» с погружением в эпоху начала XX века, проведена ночь искусств в формате искусствоведческого эксперимента. По-прежнему интересом пользуется мероприятие в дискуссионном формате «НЕЛЕКЦИЯ» (от 30-ти человек на одной дискуссии), появляются кураторские экскурсии (в рамках выставки «Шедевры Сибири»). В 2016 году рекордное количество посетителей ночи музеев в Красноярском художественном музее - 805 человек. Акция была посвящена искусству русского авангарда.

2017 год, отмеченный наибольшим количеством посетителей за год, ставил в своих приоритетах реализацию проекта «Музейный квартал» и

повышение качества обслуживания посетителей. Наиболее посещаемые мероприятия: музыкально-художественная программа «Муза всей жизни» (87 чел.), «Тайны музейного двора» (76 чел.), ночь искусств и ночь музеев. Наиболее успешным инновационным проектом в 2017 году стала образовательная программа «Факультет искусств», имеющая, с одной стороны, классический академический лекционно-семинарский формат, с другой – возможность для участников не только прослушать информацию, но и обсудить шедевры мирового искусства со специалистом. Один семестр данной программы длится три месяца. За 2017 год прошло три семестра (два раза прочитан курс по Древнему искусству и один раз по искусству Средневековья), общее количество слушателей - 85 человек, среди которых около пятидесяти человек – это молодежь.

Исходя из представленного анализа, можно заключить, что деятельность по внедрению современных музейных практик взаимодействия с молодежной аудиторией ведется в музее с 2013 года (с момента появления социальных сетей). На сегодняшний день процент посетителей в возрасте от 25 до 35 лет около 15 % от общего числа посетителей (другие категории: 16% школьники, 10% студенты и 11% пенсионеры). В связи с этим можно сделать вывод о приемлемости постепенного ввода новых практик в деятельность музейной институции, как это было сделано в рассматриваемом художественном музее. Порядок внедрения: 1. социальные сети. 2. небольшие мероприятия (мастер-классы) 3. вечерние мероприятия (в формате музейной ночи), ориентированные на молодежную аудиторию 4. большие проекты, образовательные программы.

Вторым этапом данного исследования является определение активности молодежи в социальных сетях музея, что позволит выделить точки «роста» интереса к постам Красноярского художественного музея имени В.И. Сурикова для определения наиболее привлекательных тенденций в событийной и выставочной деятельности музейной институции.

«ВКонтакте» является самой популярной социальной сетью в России на протяжении последних лет по данным исследования глобальной статистики

Интернета от SEO-AUDITOR [96], что позволяет опираться на статистические данные этой социальной сети. Более того, данная социальная сеть имеет удобный контент статистических данных, которые представляют не только показатели активности в определенный период, но также количество заинтересовавшихся конкретной информацией людей, согласно их демографическим данным: пол, возраст, страна проживания и т.д.

Официальная группа «ВКонтакте» Красноярского художественного музея имени В.И. Сурикова появилась в мае 2013 года и действует по сегодняшний день, имеется уже 4434 участника, среди которых 50 % - это подписчики интересующего возраста, что видно на представленной ниже диаграмме (Рисунок 1).

Для анализа интереса молодежи предлагается сопоставить график охвата аудитории, представленный статистикой страницы «ВКонтакте», с событиями, которые анонсировались в это время на странице музея. Такое сопоставление позволит выявить наиболее интересные для молодежи события.

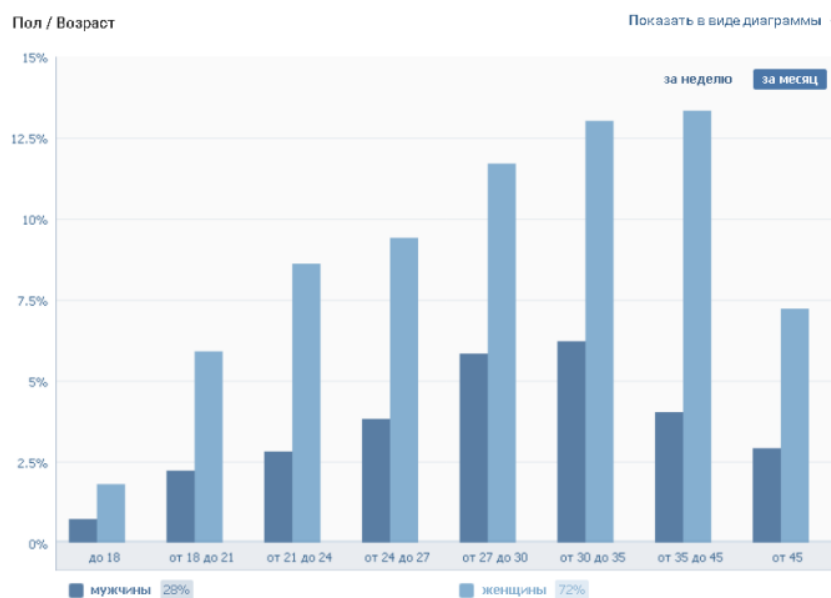


Рисунок 1 – Показатели количества подписчиков официальной группы Красноярского художественного музея имени В.И. Сурикова в социальной сети «ВКонтакте» по возрастам.

За все время существования официальной группы музея существует несколько точек возрастания интереса к странице, что можно увидеть из представленного графика (Рисунок 2).

Каждая из точек роста на графике представлена острым углом, что означает резкий рост новых подписчиков и просмотров информации на странице. Наиболее активные точки роста:

1. Октябрь 2013 года
2. Май 2014 года
3. Октябрь 2014 года
4. Февраль 2015 года
5. Декабрь 2015 года
6. Апрель 2016 года
7. Ноябрь 2016 года
8. Февраль 2017 года
9. Ноябрь 2017 года
10. Февраль 2018 года

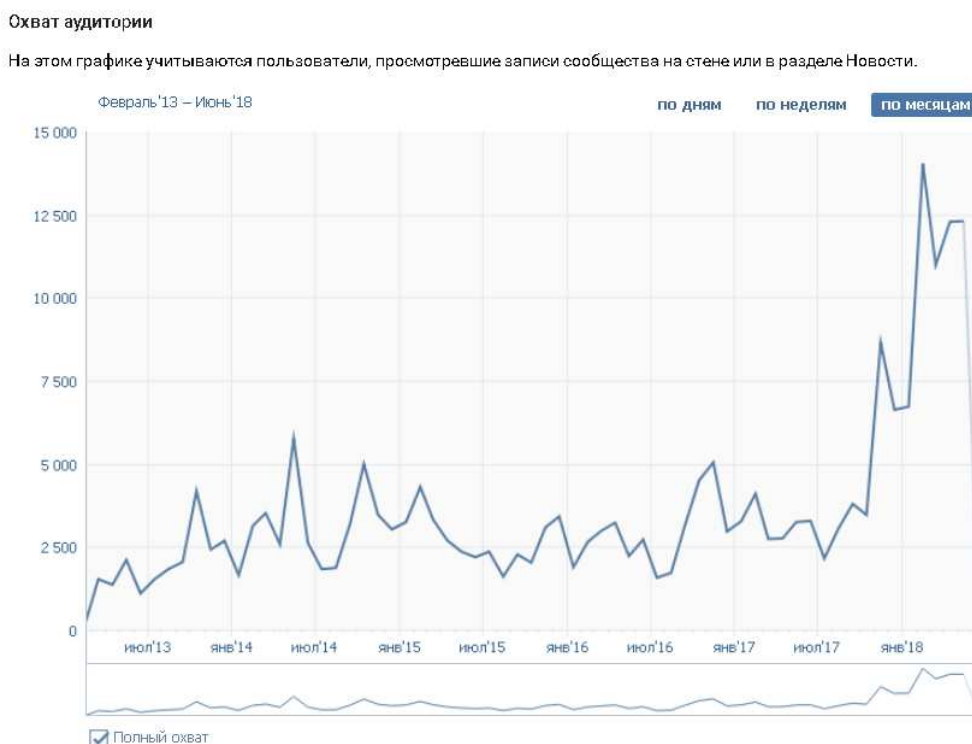


Рисунок 2 – График охвата аудитории среди пользователей социальной сети «ВКонтакте» в официальной группе Красноярского художественного музея имени В.И. Сурикова с февраля 2013 по февраль 2018

Рассмотрим подробнее каждую из представленных точек роста с позиции интереса молодежной аудитории, что позволит выделить определенные «точки интереса» - выставки или события, привлекающие молодежную аудиторию.

Октябрь 2013 года

Согласно статистике группы людей возраста от 25 до 35 лет больше всего заинтересовали события «Тайны музейного двора» и мастер-класс «Мир в миниатюре».

«Тайны музейного двора в стиле барокко» - мероприятие в формате музейной ночи, которое проходило в рамках выставки «Священное и мирское» Государственного музея истории религии (г. Санкт-Петербург). В пресс-релизе, посвященном мероприятию, сказано следующее: «Гости вечера получают возможность прикоснуться к таинственной эпохе блеска, помпезности и роскоши, ощутив себя ее частью. Раскрыть секрет создания маскарадных масок, стать участником рыцарского сражения от студии арт-фехтования «Грифон», а также узнать секреты эпохи от доктора искусствоведения, профессора Марины Валентиновны Москалюк. Особым подарком для гостей музея станет концерт барочной музыки от коллектива «Лунный свет».

Студия макетирования «Мир в миниатюре» работала в отделе декоративно-прикладного искусства по адресу: проспект имени газеты «Красноярский рабочий», 68. Целью серии мастер-классов было создание миниатюрного интерьера. В информации раскрывалось, что в процессе можно было узнать об истории создания мебели и создать свой собственный миниатюрный интерьерный уголок с различными предметами небольшого размера.

Самые интересные посты: истории об известных художниках и «развлекательные» новости: комиксы, посвященные искусству «Художники и котики».

Соответственно, можно выделить точки интереса:

1. Привозные выставки

2. Погружение в определенную эпоху (маскарад, рыцарский турнир);

3. Получение новых навыков (мастер-классы)

4. Развлекательный контент

Май 2014

Наибольший интерес представила ночь музеев «Тайны музейного двора», прирост доли подписчиков интересующего возраста приходится на дату первого анонса музейной ночи и три дня после ее проведения (более 70-ти человек). В программе акции: музыка от красноярских ди-джеев, автобусная экскурсия по зданиям известного красноярского архитектора В.А. Соколовского, музейные игры, мастер-классы, открытый вход во внутренний двор музея, обычно закрытый для посетителей. Более того, самый востребованный пост в данном периоде – анонс музейной ночи.

Исходя из описания мероприятия, можно выделить основные точки интереса:

1. Разнообразие представленных локаций

2. Необычный антураж (современная музыка)

3. Вход в недоступные в обычное время места (внутренний двор)

4. Музейные игры (игра «Музейная мафия» проводилась дополнительно уже после проведения музейной ночи и также собрала большое количество участников)

Октябрь 2014 года

Интерес в начале месяца среди подписчиков в возрасте от 25 до 35 лет вызвала выставка современных художников «С.Е. Ануфриев, В.В. Иванкин, А.Н. Машанов, В.В. Леватаев», представившая работы авторов, возглавляющих крупнейшие региональные творческие организации Союза художников России, в русле современного искусства. В конце месяца наибольший интерес представил анонс мероприятия «Ночь искусств «НЕЛЕКЦИЯ» - новый формат проведения лекций в музее: дискуссии на «острые» темы искусства со

специалистами в области искусствоведения. Следует отметить, основываясь на графике статистики, интерес не спадал к середине ноября 2014 года (мероприятие проводилось 3 ноября 2014 года)

Точки интереса:

1. Современное искусство
2. Дискуссионный формат проведения лекций

Февраль 2015

Наибольшим интересом пользовалась информация о лектории в рамках дня всех влюбленных: «Любовь и искусство». Две лекции были посвящены стилю рококо и историям любви из жизни художников. Следует отметить, что за февраль 2015 года наибольшим интересом пользовались посты развлекательного характера – шутки про художников и их картины и краткие экскурсии в историю произведений искусства.

Точки интереса:

1. Информация о художниках развлекательного характера

Декабрь 2015

Наибольший интерес вызвала выставка «Картина с сильным характером», проведенная совместно с Государственной Третьяковской галереей, Музейным комплексом имени И.Я. Словцова и музеев города Красноярска. Она была посвящена 125-летию картины В.И. Сурикова «Взятие снежного городка». Точкой интереса в данном случае становится привозной проект известного музея (Государственная Третьяковская галерея). Здесь следует отметить, что выставки, посвященные творчеству красноярского В.И. Сурикова, неоднократно проводились в музее в предыдущие периоды. Такой интерес среди молодежи вызвала именно привозная выставка, особый кураторский проект. Это была выставка «одной картины» без самой картины: произведение «Взятие снежного городка» 1891 года представлено через этюды и эскизы, предметы сибирского быта конца XIX века, тюменские ковры и интерактивные площадки.

Точки интереса:

1. Привозной кураторский проект
2. Разнообразие презентационных площадок в рамках одной экспозиции

Апрель 2016 года

Интерес для молодежной аудитории в данный период представляет выставка сибирского художника В.А. Сергина и мероприятия в ее рамках, в том числе и международная акция «День медленного созерцания искусства», где гостям предлагалось остановиться у каждой картины на 10 минут и раскрыть новые аспекты своего понимания уже знакомого произведения.

Точки интереса:

1. Современное региональное искусство
2. Новые практики взаимодействия с художественным произведением

Ноябрь 2016 года

В октябре 2016 года в музее проходили масштабные выставки, которые и составили основной костяк интереса молодежи: выставка работ известных русских художников, проведенная совместно с Омским областным музеем изобразительных искусств имени М.А. Врубеля и выставка известного красноярского художника А.Г. Поздеева, а также мероприятия в рамках этой же выставки: цикл проекта «НЕЛЕКЦИЯ», ночь искусств в формате искусствоведческого эксперимента.

Точки интереса:

1. Современное региональное искусство
2. Необычный формат мероприятия (эксперимент)
3. Привозные выставки известных художников, кураторский проект

Февраль 2017 года

Наибольший интерес вызвало начало набора слушателей в программу «Факультет искусств» и обновленная программа лекции «Муза всей жизни» с включением музыкальных номеров. Программа «Факультет искусств» уже

была описана выше, и, следовательно, является одним из наиболее ярких показателей роста интереса к изобразительному искусству среди молодежной аудитории.

Точки интереса:

1. Интеллектуальный досуг
2. Диалоговое общение
3. Новый формат (музыка и изобразительное искусство)

Ноябрь 2017 года

Наиболее популярными постами среди молодежи была информация о лекциях в рамках выставки из собрания Института русского реалистического искусства и Государственной Третьяковской галереи «Окна в Россию», которые проводили специалисты из Москвы. Это свидетельствует о возросшем интересе молодежи Красноярска к формату лектория. Также проявлен интерес к мероприятию «День инклюзии», где музей предоставил посетителям возможность потрогать тактильные репродукции. Интересен сетевой проект, проведенный совместно с интернет-журналом *izba.news* – видеоэкскурсии по одной картине из собрания художественного музея имени В.И. Сурикова.

Точки интереса:

1. Лекции от приглашенных специалистов
2. Новый опыт общения с произведениями искусства (тактильные репродукции)
3. Онлайн-проекты

Февраль 2018 года

Всплеск интереса в этот период вызван привозной выставкой «Сальвадор Дали. Сюрреализм – это я!». Увеличение интереса продолжалось до мая 2018, так как сразу после открылась выставка известного бурятского скульптора Даши Намдакова.

Соответственно, в данном случае точки интереса остаются прежними:

1. Привозные кураторские проекты
2. Современное искусство

Таким образом, можно определить основные точки интереса молодежной аудитории в музейных практиках:

- Оригинальные привозные выставочные (кураторские) проекты
- «Эстетика удивления» – оригинальные музейные ночи, особая атмосфера, специальные проекты, эксперименты, необычные для музейной институции
- Получение новых умений/навыков, саморазвитие
- Современное искусство
- Юмор, развлечение (в том числе игры)

Сопоставляя данные двух этапов исследования, к успешным проектам Красноярского художественного музея с 2012 года можно отнести:

Мероприятие в рамках акции «Ночь искусств» «Тайны музейного двора стиле Барокко» - октябрь 2013 года

Мероприятие в рамках акции «Ночь музеев» «Тайны музейного двора» - май 2014 года

Мероприятие в рамках акции «Ночь искусств» «НЕЛЕКЦИЯ» - октябрь 2014 года

Выставка «Картина с сильным характером» - декабрь 2015-март 2016

Выставка А.Г. Поздеева «Путь художника» - сентябрь-октябрь 2016

Образовательная программа «Факультет искусств» с февраля 2017

Выставка «Окна в Россию» ноябрь-декабрь 2017

Выводы параграфа:

- сопоставление показателей посещаемости музея и выявление ключевых точек интереса в социальных сетях определенной категории посетителей способно представить картину актуальных и эффективных музейных практик взаимодействия с данной аудиторией;
- на основе анализа выявлено, что молодежь города Красноярска привлекает современное и региональное искусство, необычные для

музейной институции проекты, в том числе кураторские, получение новых навыков, саморазвитие и развлекательный компонент музейных практик;

- среди различных музейных практик доминируют образовательные средства, кураторские (привозные) выставочные проекты и рекламные акции (активная реклама в социальных сетях), направленные на развитие первичных навыков диалога с произведениями изобразительного искусства;
- в основе каждого эффективного события находится один из ключевых пунктов интереса молодежи, а использование дополнительных средств развлекательного характера способствует привлечению наибольшего числа посетителей интересующей категории.

В следующем параграфе необходимо суммировать полученные данные для выявления эффективных практик взаимодействия с молодежной аудиторией, способствующих развитию этой категории посетителей в региональном художественном музее классического типа.

2.3. Рекомендации по организации работы с молодежной аудиторией в региональном художественном музее классического типа

Задачей данного параграфа является определение основных направлений в современных музейных практиках регионального музея классического типа при взаимодействии с молодежной аудиторией. В рамках исследования необходимо проанализировать порядок внедрения музейных практик с точки зрения их привлекательности для молодежной аудитории и эффективности в развитии у молодого зрителя навыков общения с произведениями изобразительного искусства. В основе представленных рекомендаций лежит

деятельность Красноярского художественного музея имени В.И. Сурикова по продвижению учреждения в среде молодежи.

Рассмотренные в предыдущем параграфе музейные практики можно объединить в два основных принципа взаимодействия с молодежной аудиторией:

1. Привлечение интереса к вступлению в диалог-отношение с произведением искусства.
2. Формирование необходимых навыков для построения корректного диалога-отношения с произведением изобразительного искусства.

При работе с молодежной аудиторией в региональном музее необходимо установить определенный порядок применения различных практик в контексте ее развития. Исходя из полученных данных, можно представить следующий порядок внедрения современных практик взаимодействия с молодежной аудиторией:

1. Рекламная кампания художественного музея: организация позитивного облика музея в сети Интернет и социальных сетях, разработка рекламных акций выставок и мероприятий, нахождение возможных партнеров для дальнейшей деятельности.
2. Проведение мероприятий в музее и на других площадках города с применением современных технологий взаимодействия с посетителем: мастер-классов, диалоговых образовательных программ. Прививание посетителю первичных навыков диалогового общения с произведениями изобразительного искусства.
3. Разработка и проведение вечерних мероприятий в формате музейной ночи, в рамках которых необходимо предусмотреть наличие разнообразных локаций: мастер-классов, развлекательного контента, локации от партнеров и друзей музея. При разработке таких мероприятий следует продумать как рекламную кампанию, в том числе совместно с партнерами, так и содержательное

наполнение: основная идея мероприятия должна совпадать с выставкой, в рамках которой оно проходит.

В рекламной кампании основными акцентами должны выступать: «точки интереса» молодежной аудитории, новизна мероприятия или выставки, а также описание общей атмосферы мероприятия.

В содержательном наполнении: использование экспозиционного пространства музея как места получения новых навыков общения с произведениями искусства. Каждая локация должна опираться на общую концепцию выставки и помогать посетителю раскрыть основные идеи произведений, находящихся рядом. Такое использование экспозиционного пространства способствует развитию навыков общения с произведениями искусства в развлекательном формате. У посетителя складывается позитивный образ музея как места саморазвития и самоопределения в ярком, запоминающемся формате. Использование развлекательных локаций необходимо сопровождать образовательным контекстом и общением с подлинными произведениями.

Возможные приемы, разработанные в Красноярском художественном музее имени В.И. Сурикова:

- мастер-классы по техникам, использованным в произведениях на экспозиции: показ определенных приемов на примере произведений, находящихся рядом;
- музейные игры, разработанные на основе музейной коллекции или выставки, направленные на рассказ о представленных произведениях или тенденциях в изобразительном искусстве. Такой прием способствует формированию у посетителя знаточеской базы, позволяющей вступить в диалог с подлинными произведениями изобразительного искусства;
- квесты по выставке. Каждое задание необходимо связать с поиском идеи в произведении изобразительного искусства – найти композиционный центр, определенный предмет в произведении,

раскрывающий смысловое наполнение картины, описать общие характеристики представленного произведения или творчества художника, свои собственные эмоции от диалога-отношения с произведением;

- рассказ об эпохе или направлении в искусстве на основе произведений;
- экскурсия по одной картине через наводящие вопросы к аудитории, где зритель самостоятельно раскрывает идейное содержание произведения, опираясь на вопросы экскурсовода;
- локации привлеченных партнеров необходимо согласовать с концепцией выставочного пространства, направить развлекательный контент на раскрытие содержания коммуникативной среды экспозиционного пространства.

Вечерние мероприятия необходимо воспринимать как рекламу художественного музея и основных направлений его деятельности. Пришедшие посетители, которым понравилось и запомнилось событие, на котором они присутствовали, не только придут в музей снова, но и посоветуют его своим друзьям и знакомым, в том числе и через социальные сети. Для организации коммуникативной среды со своими подписчиками в рамках мероприятия нужно предусмотреть наличие фотоуголков и возможностей для создания качественных фотографий. Более того, такой прием способствует получению обратной связи от посетителя музейной институции.

4. Разработка крупных выставок и мероприятий, направленных на формирование эстетического вкуса у молодежной аудитории и развитие навыков диалогового общения с произведениями изобразительного искусства.

После проведения крупных событий стоит продолжать рекламную кампанию, как самого музея, так и представленных выставочных и событийных проектов. Здесь возможны выставки современных, региональных художников,

привозные проекты из крупных музеев страны или новая подача коллекции музея.

При отсутствии ресурсов для создания выставочного проекта из крупных музеев страны, можно использовать следующие приемы организации экспозиционного пространства:

- использование различных грантовых конкурсов для привлечения дополнительных средств и партнерство с другими региональными музеями (выставка «Шедевры Сибири»). В условиях удаленности от крупных культурных центров, возможно объединение коллекций нескольких региональных художественных музеев для создания особой выставки, представляющей определенный период в развитии изобразительного искусства и дающей возможность посетителям познакомиться с новыми аспектами данного направления. Такой проект станет новым витком в развитии каждого отдельного художественного музея, особым рекламным ходом и послужит развитию межмузейной коммуникации;
- «выставка одной картины без картины», как например, проект Красноярского художественного музея имени В.И. Сурикова «Картина с сильным характером» совместно с Государственной Третьяковской галереей, Музейным комплексом имени И.Я. Словцова и музеями города Красноярска, посвященный 125-летию картины В.И. Сурикова «Взятие снежного городка». Само полотно привести на выставку было достаточно проблематично, однако куратором выставки был представлен особый ход: различные направления художественного (эскизы к произведению, работы художника из собственного собрания), исторического (предметы быта конца XIX века и документы) и интерактивного (специальные площадки, рассказывающие о произведении) наполнения данной выставки создали уникальную экспозиционную

среду, в которой каждое из средств было направлено на рассказ об известном произведении красноярского художника.

При работе с региональным искусством необходимо учитывать специфику каждого отдельного художника и раскрывать не столько значимость данного мастера в общемировом контексте, сколько новаторство его техники и отражение региональных особенностей творчества (выставка «Валерьян Сергин. Живопись», выставка работ А.Г. Поздеева «Путь художника»).

На данном этапе происходит формирование образа музея как пространства общения с произведениями искусства. Для современной молодежи одним из приоритетов является применение своих умений и навыков, что позволяет музею выступить местом самостоятельного коммуникативного опыта с произведениями, где зритель может применить полученные ранее навыки общения с произведениями искусства.

Не стоит останавливать деятельность по развитию коммуникативных навыков молодежи. Постоянная тяга к саморазвитию подтолкнет аудиторию к участию в крупных образовательных проектах. Здесь необходимо учитывать наличие в образовательной программе информационного содержания и самостоятельной деятельности участников, а также поощрение за прохождение курса и реализации полученных в процессе обучения навыков.

Выводы параграфа:

- При внедрении новых практик в музейную деятельность необходимо понимать цели, основываясь на двух подходах ко взаимодействию с молодежной аудиторией: привлечение интереса к диалогу-отношению и развитие навыков общения с произведением изобразительного искусства.
- В основе музейных практик взаимодействия с молодежной аудиторией находятся «точки интереса», на которых строится рекламная и иная деятельность музейной институции.

- Коммуникативная среда экспозиции в процессе проведения мероприятий должна согласовываться с общей концепцией выставочного пространства.
- Основная работа с посетителями должна быть направлена на развитие визуального мышления и коммуникативных навыков актуального зрителя в процессе диалога-отношения с произведением изобразительного искусства.

Выводы главы:

- На примерах красноярских художественных музеев можно выделить основные тенденции в применении современных художественных практик в региональных музеях: использование рекламного потенциала социальных сетей, интерактивных мероприятий, современного регионального искусства, педагогических средств и игровых развлекательных мероприятий.
- Анализ статистических данных Красноярского художественного музея имени В.И. Сурикова показал наиболее привлекательные музейные практики взаимодействия с молодежной аудиторией, такие как: активное использование социальных сетей, привозные выставочные проекты, вечерние мероприятия в формате «Ночь музеев», образовательные программы и программы мастер-классов, направленные на развитие навыков общения с произведениями изобразительного искусства, диалоговые формы проведения лекций, включение игровых (развлекательных) компонентов в образовательные программы и мероприятия.
- Анализ статистических показателей активности подписчиков в возрасте от 25 до 35 лет в социальных сетях представил карту интереса современной молодежи к определенным событиям и выставкам.

- Сопоставление показателей посещаемости музея и выявление ключевых точек интереса в социальных сетях определенной категории посетителей способно представить картину актуальных музейных практик взаимодействия с данной аудиторией. Выявлено, что молодежь города Красноярска привлекает современное, региональное искусство, необычные для музейной институции проекты, в том числе кураторские, получение новых навыков, саморазвитие и развлекательный компонент музейных практик;
- На основе проведенного исследования сделаны выводы об эффективности применения определенных музейных практик взаимодействия с молодежной аудиторией в региональном музее.
- Внедрение инновационных форм взаимодействия с посетителями выстраивается постепенно от перехода потенциального зрителя произведения изобразительного искусства к актуальному и через развитие навыков общения с произведением искусства.
- Наиболее эффективные приемы организации коммуникативной среды в музейной экспозиции в процессе подготовки событийного наполнения выставочного проекта представлены на примере практик Красноярского художественного музея имени В.И. Сурикова.
- Основной тенденцией успешного привлечения молодежной аудитории является развитие рекламного потенциала музейной институции и раскрытие возможностей молодежной аудитории в процессе диалога-отношения с произведением изобразительного искусства.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Целью данной магистерской диссертации являлся анализ эффективности современных музейных практик взаимодействия с молодежной аудиторией художественных музеев на примере города Красноярск. В процессе работы были поставлены и решены следующие задачи.

1. Выявление особенностей художественного музея, как места встречи зрителя и произведения изобразительного искусства. Художественный музей рассматривается как пространство коммуникации зрителя с произведением искусства или с экспозицией в целом. Раскрытие теоретических понятий в русле современной теории изобразительного искусства В.И. Жуковского и Н.П. Копцевой («искусство», «произведение изобразительного искусства», «зритель») и общих понятий музеологии («музей», «музейный предмет», «коммуникация в художественном музее», «музейные практики») позволило представить экспозицию художественного музея, как коммуникативную среду и определить основные направления применения современных художественных практик. Музейные практики определяются, как спектр действий, направленных на коммуникацию человека с произведением изобразительного искусства с целью рождения максимально корректного художественного образа и к практикам музейной деятельности в художественных музеях относятся все действия направленные на организацию диалога-отношения зрителя с произведением искусства. Задача художественного музея, как места встречи зрителя и произведения изобразительного искусства состоит в организации данной встречи.

2. Рассмотрение специфики молодежи, как аудитории художественного музея. В процессе исследования выявлены основные компетенции молодежной аудитории, как потенциального и актуального зрителя произведения изобразительного искусства. Определены основные аспекты сегодняшнего поколения людей от 25 до 35 лет и направление их интересов: основными ценностями являются свобода, творчество, развлечение,

самореализация. Люди данного поколения имеют развитое визуальное мышление за счет постоянного использования «не текстовых» источников информации, что способствует развитию у них навыков коммуникативного общения с произведением изобразительного искусства. Потенциальный зритель из молодежной аудитории активно пользуется социальными сетями и сетью Интернет, что должно стать основой для привлечения молодежи в музей и перевод статуса зрителя из потенциального в актуального.

3. Изучение традиционных и инновационных музейных практик взаимодействия с молодежной аудиторией в художественных музеях. К современным музейным практикам взаимодействия с молодежной аудиторией относятся: образовательные приемы, в том числе творческая деятельность и диалоговое общение; выставочные и кураторские проекты, способствующие удовлетворению потребности в новизне и развлечению; современные технологии и продвижение в сети Интернет; рекламные проекты, направленные на пропаганду изобразительного искусства вообще и преобразования человека под действием произведения, что способствует удовлетворению потребности в среде молодежи в самореализации и саморазвитии. Для наиболее корректного выстраивания пространства музея как места встречи произведения изобразительного искусства и зрителя необходимо использовать все предложенные средства в синтезе, что даст возможность раскрыть все аспекты отношения диалога зрителя с произведением изобразительного искусства.

4. Анализ существующих музейных практик взаимодействия с молодежной аудиторией в художественных музеях города Красноярска был проведен на примере Красноярского художественного музея имени В.И. Сурикова, Музейного центра «Площадь мира», Музея художника Б.Я. Рязова и Музея-усадьбы В.И. Сурикова. В связи с анализом основной деятельности красноярских музеев были выделены три типа музейной институции художественной направленности в регионе: классические художественные музеи, художественные мемориальные музеи, музеи современного искусства. Художественные музеи города стремятся быть ближе

к своим посетителям: каждый имеет свои официальные сайты и страницы в социальных сетях, разрабатывает специальные проекты, направленные на информирование своих потенциальных посетителей о собственной деятельности. Среди используемых практик доминируют образовательные приемы и методы взаимодействия с посетителем: лекция, дискуссия, мастер-классы, используются «игровые» практики, как во внутримузеейной среде, так и в социальных сетях, направленные на развлечение как потенциального, так и актуального зрителя. Музейные практики, используемые в красноярских музеях, способствуют переходу от потенциального к актуальному зрителю и формированию первичных навыков общения с произведениями изобразительного искусства.

5. Выявление наиболее эффективных современных музейных практик взаимодействия с молодежной аудиторией в художественных музеях города Красноярска. Был выбран классический тип художественного музея, которым стал Красноярский художественный музей имени В.И. Сурикова. Анализ проводился на основе сопоставления показателей посещаемости музея и выявление ключевых точек интереса в социальных сетях среди молодежной аудитории. Выявлено, что современную молодежь города Красноярска привлекает современное и региональное искусство, необычные для музейной институции проекты, в том числе кураторские, получение новых навыков, саморазвитие и развлекательный компонент музейных практик. Среди различных музейных практик доминируют образовательные средства, кураторские (привозные) выставочные проекты и рекламные акции (активная реклама в социальных сетях), направленные на развитие первичных навыков диалога с произведениями изобразительного искусства. В основе каждого эффективного события находится один из ключевых пунктов интереса молодежи, а привлечение дополнительных средств развлекательного характера способствует привлечению наибольшего числа посетителей интересующей категории.

6. Создание практических рекомендаций по организации работы с молодежной аудиторией в региональном художественном музее на основе деятельности Красноярского художественного музея имени В.И. Сурикова. Представлены основные приемы возможных музейных практик для взаимодействия с молодежной аудиторией и принципы их применения в региональных музеях художественного профиля. При внедрении новых практик в музейную деятельность необходимо понимать цели основываясь на двух подходах ко взаимодействию с молодежной аудиторией: привлечение интереса к диалогу-отношению и развития навыков общения с произведением изобразительного искусства. Приведены основные подходы к созданию коммуникативной среды молодежной аудитории с произведениями изобразительного искусства и приемы привлечения потенциального зрителя в художественный музей. Коммуникативная среда экспозиции в процессе проведения мероприятий должна согласовываться с общей концепцией выставочного пространства. Основная работа с посетителями должна быть направлена на развитие визуального мышления и коммуникативных навыков актуального зрителя в процессе диалога-отношения с произведением изобразительного искусства.

Разработанные практические рекомендации могут быть использованы в деятельности других региональных музеев классического типа в России. На основе полученных результатов может быть скорректирована деятельность художественных музеев города Красноярска.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Акулич Е. М. Музей как социокультурное явление // Социологические исследования. – 2004. – №. 10. – С. 89-92.
2. Арямова Т. В. Динамика досуговых предпочтений молодежи на рубеже веков // Вестник Таганрогского института управления и экономики. – 2012. – №. 2 (16).
3. Бабаева Т. Б. Интеграция искусств в пространстве музея // Искусство и образование. – 2012. – №. 4. – С. 116-122.
4. Безбогова М. С., Ионцева М. В. Социально-психологический портрет современной молодежи // Мир науки. – 2016. – Т. 4. – №. 6. – С. 35-35.
5. Безызвестных Е.Ю. Современный музей и эстетическое воспитание детей // Региональный музей: коллекции, история, современность: материалы всероссийской научно-практической конференции. Красноярск. – 2016. – С. 35-39.
6. Боронева Т. А. Художественный музей и современные информационные технологии // Электронные библиотеки: перспективы развития: материалы секции «Электронные библиотеки» Байкальского информационного форума. – 2009. – С. 24-26.
7. Будко А. А. Кризис современного музея: между универсальностью и уникальностью // Музей. – 2009. – №. 9. – С. 32-34.
8. Бутакова Д. А., Гаврилова Н. И. Музей в социокультурном пространстве города: особенности культурной коммуникации // Теория и практика общественного развития. – 2011. – №. 8.
9. Вербенец А. М. Особенности «образа музея» в рисунках современных старших дошкольников // Герценовские чтения. Художественное образование ребёнка. – 2017. – Т. 3. – №. 1. – С. 85-90.
10. Виноходова М. В. Возможности использования современных музейных практик в работе со старшеклассниками // Актуальные проблемы психологии и педагогики. – 2016. – С. 127-131.

11. Выготский Л.С. Психология развития человека / Л.С. Выготский. – Москва : Изд-во Смысл; Изд-во Эксмо, 2005. — 1136 с, ил.
12. Галкина Т. В. Музейная педагогика XXI века: социальные и образовательные проекты как новая форма работы с детской и молодежной аудиторией // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2009. – №. 8.
13. Галкина Т. В. О развитии досуговых форм музейно-педагогической деятельности в современных российских музеях // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2012. – №. 3.
14. Ганьшина Г. В., Грибкова Г. И., Умеркаева С. Ш. Диверсификация высшего образования в условиях социокультурного взаимодействия вуза и музея // Российские регионы: взгляд в будущее. – 2015. – №. 4 (5).
15. Гиль А. Ю. Изменения в деятельности музеев с учетом тенденций развития современного общества // Вестник Томского государственного университета. – 2012. – №. 364.
16. Гамезо М.В. Возрастная и педагогическая психология: Учеб. пособие для студентов всех специальностей педагогических вузов. / М.В. Гамезо, Е.А. Петрова, Л.М. Орлова. – Москва, 2003 г.: Педагогическое общество России, — 512 с.
17. Гордин В. Э., Хорева Л. В., Дедова М. А. Совершенствование музейного менеджмента на основе развития событийной деятельности // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2014. – №. 4 (88).
18. Грачева Е. С. Музей как поле социокультурной коммуникации : Автореф. диссер. канд. социологических наук. - Москва. – 2010.
19. Грачева Е. С., Муханова С. А. Музей как социокультурное явление современного общества // Вестник Саратовского государственного технического университета. – 2009. – Т. 3. – №. 1.

20. Грачева Е. С., Муханова С. А. Музей как социокультурное явление современного общества // Вестник Саратовского государственного технического университета. – 2009. – Т. 3. – №. 1.
21. Григорьев Л. Г. Влияние деятельности современных учреждений культуры на досуг молодежи: опыт социологического исследования в Твери // Проблемы управления в социально-гуманитарных, экономических и технических системах: сб. науч. тр. преп., асп., магистр., студ. ФУСК/под. общ. ред. ИИ Павлова. – 2015. – Т. 200. – №. Ч. 1. – С. 32-40.
22. Грицкевич В. П. История музейного дела в новейший период (1918-2000). – Санкт-Петербургский гос. ун-т культуры и искусств, 2009.
23. Даниэль С.М. Искусство видеть: О творческих способностях восприятия, о языке линий и красок и о воспитании зрителя / С. М. Даниэль. – Ленинград: Искусство. Ленинградское отделение, 1990. – 221, [2] с.
24. Дашкова Е. В., Ивушкина Е. Б. Организация музейного сервиса: коммуникационный подход // Шахты: Изд-во ЮРГУЭС. – 2008.
25. Дерябина Ю. Г. Опыт-экспериментальная работа по формированию духовно-нравственных качеств молодежи в условиях современного музея // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2008. – №. 10.
26. Дедова М. А., Колычева А. В. Событийная деятельность как инструмент развития музеев (на примере "Ночь музеев") // В кн.: Музей и проблемы "Культурного туризма": Материалы двенадцатого Круглого стола, 10-11 апреля 2014 года. СПб. : Издательство Государственного Эрмитажа, 2014. С. 51-54.
27. Дерябина Ю. Г. Социально-культурная деятельность музея как фактор формирования духовно-нравственных качеств молодежи: дис. – Тамбов, 2008.
28. Долак Я. Музейная экспозиция музейная коммуникация // Вопросы музеологии. – 2010. – №. 1.

29. Дукельский В. Ю. Музеография. История и перспектива / Музееведение: Концептуальные проблемы музейной энциклопедии: Сб. ст. ТНИИ культ. – 1990. – С. 40-50.
30. Ефремова Т.Ф. Новый толково-словообразовательный словарь русского языка / Т.Ф.Ефремова Ж Дрофа, Русский язык, 2000. URL:<http://efremova.slovaronline.com/> (дата обращения: 20.12.2017)
31. Жуковский, В.И. Визуальное мышление в структуре научного познания/В. И. Жуковский, Д. В. Пивоваров, Р. Ю. Рахматуллин; [науч. ред. Л. П. Туркин]. - Красноярск: Издательство Красноярского университета, 1988. – 178 с.
32. Жуковский В. И. Теория изобразительного искусства./ В.И. Жуковский – Издательство Алетейя, 2011.
33. Жуковский В.И., Пивоваров Д. В. Зримая сущность (визуальное мышление в изобразительном искусстве) // Свердловск: Изд-во Урал. ун-та. – 1991.
34. Жуковский В.И. Произведение искусства: особенности производства и специфика потребления // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2013. – №. 4. – С. 76-79.
35. Жуковский В.И. Пропозиции теории изобразительного искусства. / В.И. Жуковский, Н.П. Копцева. - Красноярск: КрасГУ, 2004. – 266 с.
36. Жуковский В. И. Чувственное явление сущности: визуальное мышление и логические основания языка изобразительного искусства // Автореф. дисс.... докт. филос. – 1990. – №. 1990.
37. Жуковский В. И., Копцева Н. П. Художественный образ как процесс и результат игрового отношения произведения изобразительного искусства в качестве вещи и зрителя // Личность, творчество и современность. – 1998. – С. 204-233.
38. Загоскин Д. В., Черняк Э. И. Опыт и перспективы комплексного развития музейного дела в формате регионального музейного учреждения (на примере Томского областного краеведческого музея 2000-2005 гг.) // Вестник Томского государственного университета. История. – 2007. – №. 1.

- 39.Иванова Ю. В. Новые контексты функционирования современных художественных произведений // *Studia culturae*. – 2016. – №. 19. – С. 92-101.
- 40.Ильбейкина М. И. Современные музейные практики: 2000-2012гг // *Современные проблемы науки и образования*. – 2013. – №. 1.
- 41.Именнова Л. С. Музей в социокультурной системе общества: миссия, тенденции, перспективы : дис. – Москва : автореф. дис.... д-ра культурологии: 24.00. 01 [Электронный ресурс] / Именнова Любовь Сергеевна–Электрон. дан, 2011.
- 42.Ключевые понятия музеологии / Сост.Andre Desvallees и Francois Mairesse / Перевод Урядниковой А. В. – ИКОМ России, 2012. – 104 с.
- 43.Комлев Ю. Э. Музей как социальнокультурный центр региона // *Теория и практика общественного развития*. – 2011. – №. 3.
- 44.Константиновский Д. Л. Молодежь России на рубеже XX-XXI веков: образование, труд, социальное самочувствие: науч. изд. / Константиновский Д.Л., Вознесенская Е.Д., Чередниченко Г.А. – Москва : ЦСП и М. – 2014. – 548 с.
- 45.Копцева Н. П., Жуковский В. И. Художественный образ как процесс и результат игровых отношений между произведением изобразительного искусства как объектом и его зрителем // *Журнал Сибирского федерального университета. Серия «Гуманитарные науки*. – 2008. – Т. 1. – №. 2. – С. 226-244.
- 46.Копцева Н.П., Сертакова Е.А. Социокультурное пространство современного российского города (на материале анализа города Красноярска) : дис....канд. фил. наук : 09.00.11. / Сертакова Екатерина Анатольевна. – Красноярск, 2015. – 128 с.
- 47.Кримп Д. На руинах музея //Москва: Фонд VAC. – 2015.
- 48.Куксина Е. Б. активные формы работы музея–составляющая часть музейной коммуникации // *Культурное наследие Сибири*. – 2010. – №. 11. – С. 057-059.

49. Лебедев А. В. Проект как управленческая форма культурной практики (на материале музейного проектирования)[Электронный ресурс] // Материалы. – 2009.
50. Лебедев А. В. Современные средства отображения информации в музейной экспозиции.- Режим доступа: <http://www.future.museum.ru/part03/it-expo.htm> (дата обращения 15.12.17).
51. Ломанова Т.М. Комплектование произведений изобразительного искусства в муниципальных музеях. // Всероссийский музейный Форум. – 2009.
52. Максимова Т. Е. Виртуальные музеи как инновационное средство патриотического воспитания // Мир образования—образование в мире. – 2015. – С. 10.
53. Мастеница Е. Н. Новые тенденции в развитии музея и музейной деятельности // Триумф музея. – 2005. – С. 138-145.
54. Мельникова Н. А. Событийный маркетинг в сфере культуры: анализ коммуникационного продвижения событий регионального музея // Наука о человеке: гуманитарные исследования. – 2014. – №. 3 (17).
55. Менш П. В. Структура музеологии // Вопросы музеологии. – 2014. – №. 1 (9).
56. Митриковская М. С. Музейная педагогика в школе // Молодой ученый. – 2016. – №. 9. – С. 1154-1157.
57. Михайловская А. И. Музейная экспозиция (организация и техника) // М.: Сов. Россия. – 1964.
58. Москалюк М. В., Васильева А. Э. Традиционное искусство в современных художественных процессах Красноярска: плюсы и минусы. – 2011.
59. Мочалова Н. Ю. Художественный музей как инструмент самоидентификации // Вопросы музеологии. – 2011. – №. 2.
60. Мужухоева М. М., Гаджиев В. Э., Коптяков Ю. Б. Современный маркетинг художественного музея (региональная специфика) // Теоретическая и прикладная экономика. – 2016. – №. 4. – С. 13-26.

61. Наседкин К. А. Продвижение web-сайта по культуре. Опыт сервера «Музеи России» // Музей будущего: информационный менеджмент М.: АНОК «музей будущего». – 2001.
62. Никитина Н. Д., Федотов В. А. Духовно-нравственные ориентиры студенческой молодежи // Вестник Чувашского университета. – 2012. – №. 4.
63. На что и как влияет современный музей. Дискуссия о роли музея в обществе/ Фонд М. Потанина. URL: <http://museum.fondpotanin.ru/publ/19027/>
64. Ноль Л. Я. Информационные технологии в деятельности музея. – Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования " Российский государственный гуманитарный университет", 2007.
65. Нужен ли музей молодежи? Нужна ли молодежь музею?. Материалы международной конференции. / редактор Л.Е. Немчинова, Санкт-Петербург, 2013 г. 154 с.
66. Паудяль Н. Ю., Филиндаш Л. В. Актуальные условия успешного сервиса в музее // Сервис plus. – 2013. – №. 3. URL: https://vk.com/doc31340437_444319866?hash=73fc0e4c346f9c73d5&dl=10b9faf a278a985e54
67. Петракова Е. А., Клавсуц И. Л. Роль деятельности муниципальных культурных учреждений в модернизации региональной экономики // ББК У. я431+ Ч44я431 А 43. – С. 32.
68. Петрунина Л. Я. ПУБЛИКА ХУДОЖЕСТВЕННЫХ МУЗЕЕВ (По материалам социологических исследований 1985-2009 гг.) // Социологические исследования. – 2010. – №. 10. – С. 63-73.
69. Поляков Т. П. Мифология музейного проектирования, или " Как делать музей?"-2. – Федеральное государственное бюджетное научно-исследовательское учреждение " Российский институт культурологии", 2003.
70. Потапова М. В. Публика художественного музея в ракурсе социальных перемен // Триумф музея. – 2005. – С. 218-226.

71. Развитие рынка услуг, оказываемых музеями г. Красноярска как элемент социализации молодежи [Электронный ресурс] : исследование Красноярского государственного университета имени В.И. Астафьева. Режим доступа: <http://www.allbest.ru/>
72. Розенблюм Е. А. Время и пространство в музейной экспозиции // На пути к музею XXI века. – 1997. – С. 108.
73. Руденко Н. И. Гетеротопия как переописание: музейные экспонаты, сети и практики // Социология власти. – 2015. – Т. 27. – №. 1.
74. Рылова Т.А. Функционирование художественного музея в условиях малого города. // Традиционное и актуальное в искусстве Сибири: сборник материалов научно-практической конференции. – Красноярск. – 2006. – С. 96-100.
75. Сапанжа О. С. Развитие представлений о музейной коммуникации // Известия Российского государственного педагогического университета им. АИ Герцена. – 2009. – №. 103.
76. Сапанжа О. С. Историография музеологии, музееведения, музеографии: к вопросу разделения понятий // Вопросы музеологии. – 2013. – №. 2 (8).
77. Сафина З. А. Традиции и инновации музея по воспитанию музейной культуры молодежи (на примере Национального музея РТ) // Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств. – 2006. – №. 3. – С. 160-164.
78. Сертакова Е. А., Иналкаева К. С., Шехурин Д. Ю. Социологическое исследование культурных потребностей жителей города Красноярска // Урбанистика. – 2015. – №. 3. – С. 16-42.
79. Смирнова Т. Виртуальный музей в современном культурно-информационном пространстве // Музей. – 2010. – №. 8. – С. 24.
80. Сотникова С. И. Музей в меняющемся мире // Обсерватория культуры. – 2007. – №. 2. – С. 60-66.
81. Столяров Б. А. Музей в пространстве художественной культуры и образования. – 2007.

82. Суртаев В. Я. Молодежь и искусство. – Петербургский гос. университет культуры и искусств, 2002.
83. Тапскотт Д. Электронно-цифровое общество: плюсы и минусы сетевого интеллекта. Киев: ITN Пресс; М.: Рефл-бук, 1999.
84. Тарасова М. В. и др. Коммуникативные основы художественной культуры // Красноярск. СФУ. – 2010.
85. Чернега А. А. Проблемы и перспективы институционализации музея в российском обществе на современном этапе // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. – 2013. – №. 1 (13).
86. Чугунова А. В. Музейная архитектура в контексте современной культуры // Вопросы музеологии. – 2010. – №. 1.
87. Шашкова Я. Ю., Дерендяева А. Д. Российская молодежь в институциональных трансформациях: детерминанты неучастия // Вестник Томского государственного университета. – 2016. – №. 405.
88. Шелегина О. Н. Коммуникационное пространство региональных музеев // Культурологический журнал. – 2012. – №. 4.
89. Шекова Е. Л. Особенности маркетинга некоммерческих организаций культуры: российский опыт // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8. Менеджмент. – 2003. – №. 2.
90. Шляхтина Л. М. Музейные инновации в ретроспективе музееведческих идей // Вопросы музеологии. – 2010. – №. 1.
91. Шляхтина Л. М. Социальные практики современного музея: границы доступности // Вопросы музеологии. – 2014. – №. 2 (10).
92. Шляхтина Л. М. Современный музей: идеи и реалии // Вопросы музеологии. – 2011. – №. 2. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyy-muzey-idei-i-realii>
93. Юхневич М. Ю. Я поведу тебя в музей // Учебное пособие по музейной педагогике. М.: Институт культурологии. – 2001.

94. Философская энциклопедия. URL: http://dic.academic.ru/contents.nsf/enc_philosophy/ (дата обращения: 20.12.2017)
95. 2ГИС. Карта. Красноярск Код доступа: <https://2gis.ru/krasnoyarsk/search/%D0%BC%D1%83%D0%B7%D0%B5%D0%B9/page/4/firm/985690699581614?queryState=center%2F92.638092%2C55.950353%2Fzoom%2F10>
96. SEO-AUDITOR Глобальная статистика Интернета. Режим доступа: <http://gs.seo-auditor.com.ru/socials/>
97. Anderson G. (ed.). Reinventing the museum: Historical and contemporary perspectives on the paradigm shift. – Rowman Altamira, 2004.
98. Barbosa B., Brito P. Q. Do open day events develop art museum audiences? // Museum Management and Curatorship. – 2012. – Т. 27. – №. 1. – С. 17-33.
99. Bohumelová M., Hvorecký J. Museums and galleries: From conventional institutions to learning organizations // Emerging eLearning Technologies and Applications (ICETA), 2016 International Conference on. – IEEE, 2016. – С. 35-41.
100. Cramer, E.P.a , Buffington, M.L.b, Norris, J.b, Walston, T.c A field trip to the art museum! complicating the experience and interpretation of field trips as complex interactions of public space, boundaries, and belonging (Book Chapter)// Experiential Learning: Emerging Perspectives, Strategies and Educational Outcomes October 01. – 2014, - С. 67-86
101. Desvallées A., Mairesse F. Ключевые понятия музеологии. – 2012.
102. Enhuber M. Art, space and technology: how the digitisation and digitalisation of art space affect the consumption of art—a critical approach // Digital Creativity. – 2015. – Т. 26. – №. 2. – С. 121-137.
103. Falk J. H., Dierking L. D. Learning from museums: Visitor experiences and the making of meaning. – Altamira Press, 2000.
104. Getz D. Event management and event tourism. / New York: Cognizant Communication Corporation, 1997.

105. Griffin J. Research on students and museums: Looking more closely at the students in school groups //Science education. – 2004. – T. 88. – №. 1. – C. S59.
106. Illeris H. Learning bodies engaging with art: Staging aesthetic experiences in museum education //International Journal of Education through Art. – 2016. – T. 12. – №. 2. – C. 153-165.
107. Illeris H. Visual events and the friendly eye: modes of educating vision in new educational settings in Danish art galleries //museum and society. – 2009. – T. 7. – №. 1. – C. 16-31.
108. Lemon N. Young People, Digital Cameras, and Art Gallery Spaces //Revolutionizing Arts Education in K-12 Classrooms through Technological Integration. – IGI Global, 2015. – C. 168-188.
109. Piccialli F., Chianese A. A location-based IoT platform supporting the cultural heritage domain //Concurrency and Computation: Practice and Experience. – 2017.
110. Reussner E. M. Strategic Management for Visitor-oriented Museums //Museum management and marketing. – 2007. – T. 9. – №. 1. – C. 148.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Рисунок А.1 – Сайт Музея-усадьбы В.И. Сурикова

Музей-усадьба
В.И. Сурикова

660017, г.Красноярск, ул.Ленина, 98
тел./факс (391) 211-24-78

Версия для слабовидящих

О музее Коллекции Афиша Планируем визит Виртуальный тур Проектная деятельность Контакты

Поиск по сайту...

Новости (все события)

День рождения музея
05.06.2018
5 июня 1948 года к столетию со дня рождения Василия Ивановича Сурикова Секретарь ВКП(б) И.В. Сталин Постановлением Совета Министров СССР поручил организовать в городе Красноярске в доме, где родился и жил В.И....

Пленэр в усадьбе
04.06.2018
По давней многолетней традиции в течение всей недели к нам в музей приходят ученики Детской художественной школы №1 им. В.И. Сурикова. Учащиеся, получая вдохновение от усадьбы, где родился, жил и...

Красноярску 390 лет
01.06.2018
В 2018 году Красноярск отмечает 390 лет! Музей-усадьба В.И. Сурикова присоединяется к поздравлению с юбилеем любимого города и приглашает горожан на праздничные общегородские мероприятия!...

День защиты детей
31.05.2018
1 июня, в День защиты детей, приглашаем посетить Музей-усадьбу В.И. Сурикова. Вход **детям до 14 лет бесплатно**. Взрослый билет - 100 рублей, пенсионерам - 50 рублей. Давайте встретим лето в усадьбе!

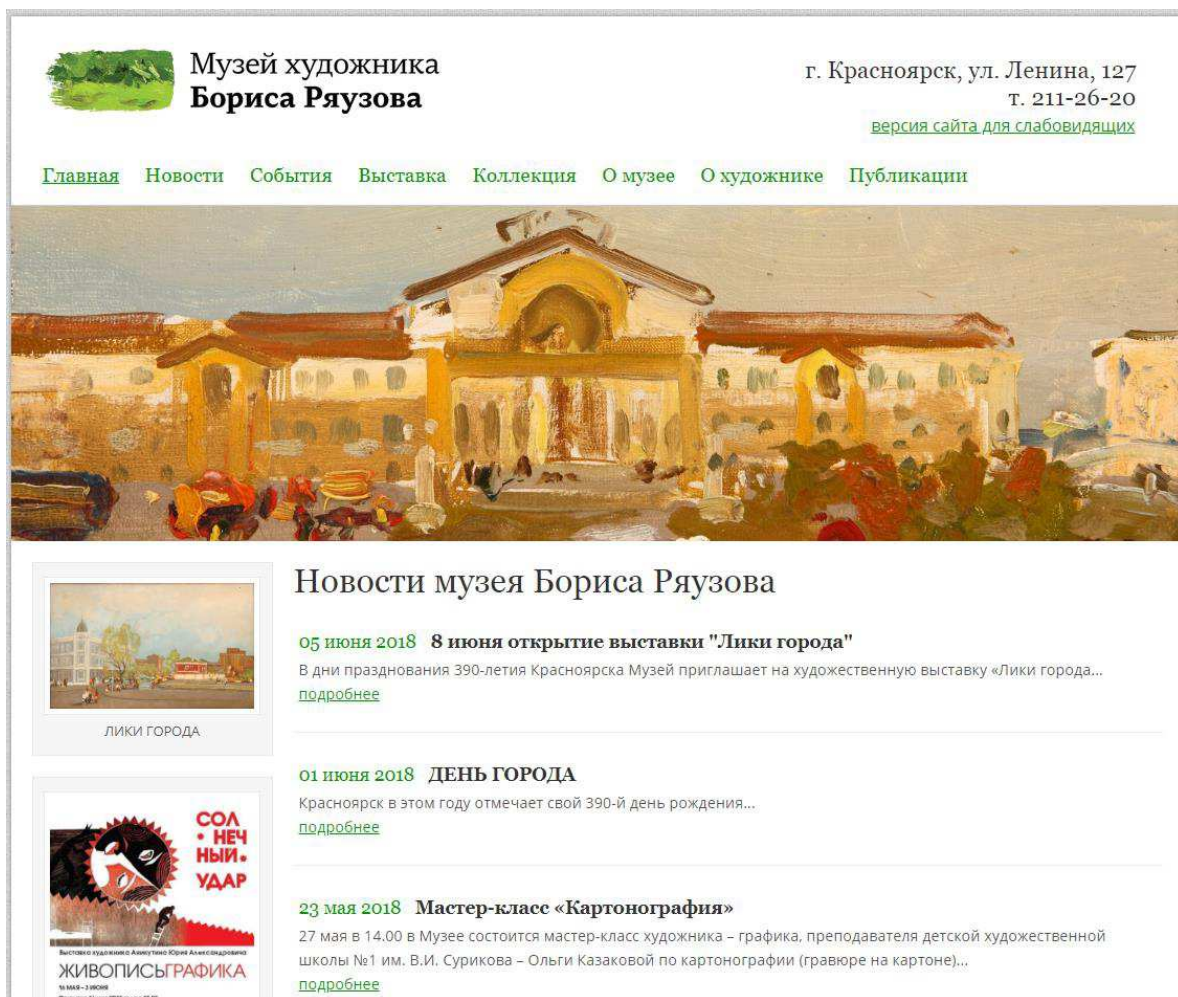
Грани веков
21.05.2018
18 мая 2018 года прошла наша ночь музеев


Мы рады приветствовать вас на официальном сайте музея-усадьбы В.И. Сурикова в Красноярске!

Имя русского художника и многие этапы его жизни и творчества навсегда связаны с этим удивительным местом на карте России. Музей-усадьба уже более полувека бережно хранит традиции казачьего быта и уникальную коллекцию произведений российского живописца - Василия Сурикова.

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Рисунок Б.1 – Сайт Музея Б.Я. Рязова



 **Музей художника
Бориса Рязова**

г. Красноярск, ул. Ленина, 127
т. 211-26-20
[версия сайта для слабовидящих](#)


[Главная](#) [Новости](#) [События](#) [Выставка](#) [Коллекция](#) [О музее](#) [О художнике](#) [Публикации](#)


Новости музея Бориса Рязова

05 июня 2018 8 июня открытие выставки "Лики города"
В дни празднования 390-летия Красноярска Музей приглашает на художественную выставку «Лики города...»
[подробнее](#)

01 июня 2018 ДЕНЬ ГОРОДА
Красноярск в этом году отмечает свой 390-й день рождения...
[подробнее](#)

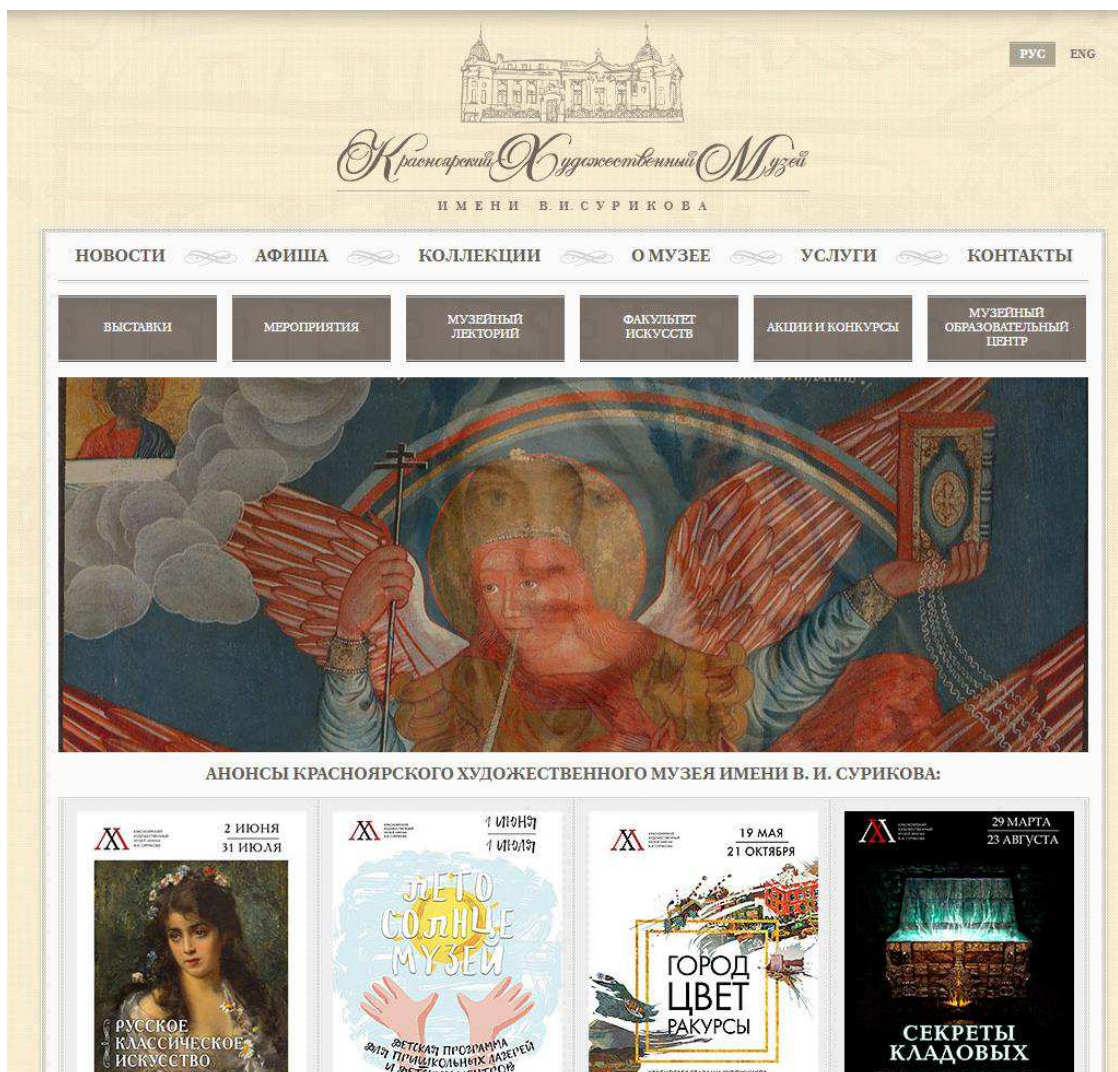
23 мая 2018 Мастер-класс «Картонография»
27 мая в 14.00 в Музее состоится мастер-класс художника – графика, преподавателя детской художественной школы №1 им. В.И. Сурикова – Ольги Казаковой по картонографии (гравюре на картоне)...
[подробнее](#)


ЛИКИ ГОРОДА


Выставка художника Александра Кузнецова
ЖИВОПИСЬ ГРАФИКА
14 МАЯ – 3 ИЮНЯ
С понедельника по пятницу с 10.00 до 17.00

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Рисунок В.1 – Сайт Красноярского художественного музея имени В.И Сурикова



ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Рисунок Г.1 – Сайт Музейного центра «Площадь Мира»

The image shows a screenshot of the website for the Museum Center 'Peace Square' in Krasnoyarsk. The website has a red header with the logo and name 'площадь мира' (Peace Square) in white. Below the header, there is a navigation menu with links for 'Новости' (News), 'События' (Events), 'Выставки' (Exhibitions), 'Передвижки' (Itineraries), 'Коллекция' (Collection), 'Музей' (Museum), 'Посетителям' (For Visitors), and a language selector 'en'. The main content area features a large exhibition poster for 'FABRIK'. The poster has a dark background with a grid pattern and a central image of a person's head in a blue, watery environment. The text on the poster includes the title 'FABRIK', the subtitle 'Круговорот данных, товаров и людей / Немецкий национальный павильон из экспозиции 56-й Венецианской биеннале в мировом турне', the location 'Впервые в России', the dates '19/04—5/08/18', and the names of the artists: 'Olaf Nicolai', 'Jasmina Metwaly / Philip Rizk', 'Tobias Zielony', and 'Hito Streyerl'. Logos for 'ife Institut für Auslandsbeziehungen' and 'GOETHE INSTITUT' are visible at the bottom of the poster, along with a '16+' age rating. Below the poster, there are two sections: 'Новости' (News) and 'Афиша' (Program), each with a small thumbnail image.

площадь мира музейный центр площадь мира красноярск museum centre peace square krasnoyarsk

Новости События Выставки Передвижки Коллекция Музей Посетителям en

FABRIK

FABRIK. Круговорот данных, товаров и людей / Немецкий национальный павильон из экспозиции 56-й Венецианской биеннале в мировом турне

Впервые в России

19/04—5/08/18

Открытие выставки — 19 апреля
начало в 19.00

ife Institut für Auslandsbeziehungen GOETHE INSTITUT 16+

Новости Афиша

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Гуманитарный институт
Кафедра культурологии

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

Н.П. Копцева

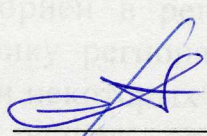
«22» июля 2018 г.



МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

50.04.03 История искусств

**СОВРЕМЕННЫЕ МУЗЕЙНЫЕ ПРАКТИКИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С
МОЛОДЕЖНОЙ АУДИТОРИЕЙ НА МАТЕРИАЛЕ АНАЛИЗА
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ МУЗЕЕВ ГОРОДА КРАСНОЯРСКА**

Научный руководитель  доцент, канд. филос. наук А.В. Кистова

Выпускник  А.П. Грищенко

Рецензент  Н.Т. Кярманн

Красноярск 2018