

Социологический институт Российской академии наук  
Российская академия наук

---

На правах рукописи

**Руденко Николай Иванович**

**Музейные практики производства культуры: на примере выставочной  
деятельности Российского этнографического музея**

22.00.06 – «социология культуры и духовной жизни»

Диссертация на соискание ученой степени  
кандидата социологических наук

Научный руководитель –  
кандидат социологических наук  
Б. Е Винер

Санкт-Петербург  
2015

## Оглавление работы

Введение.....	4
Глава 1. Теоретические основания культурной деятельности в музее.....	13
1.1. Социологические подходы к исследованию культурной деятельности в музее .....	13
1.1.1 Зарубежная социология музеев .....	13
1.1.2. Отечественная социология музеев .....	23
1.2. Теоретические основания производства культуры в этнографическом музее .....	30
1.2.1. Подход производства культуры и его критика .....	30
1.2.2. Модель производства культурных объектов в этнографическом музее .....	36
Глава 2. Социальный, политический и институциональный контексты выставочной деятельности в Российском этнографическом музее. ....	42
2.1. Методологические замечания.....	42
2.2. Краткая история РЭМ.....	43
2.3. Культурный, правовой и политический контексты деятельности РЭМ в 2000-2010х гг. ....	49
2.4. РЭМ как организация: формальная структура и основные каналы коммуникации.....	60
2.5. Социальные миры, неформальная коммуникация и ниши в РЭМ .....	68
2.6. Здание и пространства в РЭМ.....	76
2.7. Вещи в музее: основные траектории движения и практики.....	82
2.8. Связь РЭМ с другими социальными группами и институтами .....	90
2.9. Основные компоненты активного контекста .....	98
Глава 3. Выставочная деятельность как социокультурная технология репрезентации и трансляции знания в Российском этнографическом музее	103
3.1. Выставка как культурный объект.....	103
3.2. Типичная последовательность создания этнографической выставки в РЭМ .....	108
3.3. Структурные элементы культурного объекта и их трансформация в выставочной деятельности .....	116

3.4.	Внутри выставки: репрезентация и содержание .....	138
3.4.1.	Особенности репрезентации этнографических выставок в РЭМ	138
3.4.2.	Анализ содержания выставок .....	141
3.5.	Трансляция выставки в новые контексты .....	145
3.5.1.	Практики использования выставок РЭМ.....	145
3.5.2.	Выставка за пределами музея: выездные выставки РЭМ и их особенности .....	152
3.6.	Сравнение выставочной деятельности в РЭМ и других музеях.....	156
	Заключение .....	161
	Список литературы .....	163
	Приложения .....	174
	Приложение № 1. Список информантов.....	174
	Приложение № 2. Таблицы, схемы и иллюстрации .....	175
	Приложение № 3. Образец транскрипта интервью .....	201
	Приложение № 4. Образцы дневниковых записей .....	212

## Введение

**Актуальность темы исследования.** С начала своего появления в конце XIX века исторические и этнографические музеи были ориентированы на демонстрацию отдаленных от повседневности реальностей: прошлого, традиции, этнических культур. Демонстрации использовались для формирования у посетителей общих колониальных и имперских идентичностей, гражданского послушного поведения, особого взгляда на окружающие народы. Многие из существующих до сих пор музеев занимаются процессом сбора, хранения и репрезентации других этносов и истории. Музеи сегодня прочно связаны с культурными, политическими и социальными процессами, происходящими в обществе. В последнее время их роль как транслятора определенных типов знания и образов значительно возросла. Ежегодно каждый большой федеральный музей делает около 40 выставок, выпускает более 100 научных публикаций, занимается культурным оформлением важнейших идеологических проектов государства. Поэтому сегодня их исследование видится особенно актуальным с учетом того значения, которое они имеют для дипломатии, культурной и национальной политики.

В СССР большие федеральные музеи были частью культурно-просветительной и идеологической системы государства; количество посетителей, туристов и лекций зависело от государственной поддержки и финансирования. В 1990-е годы многие музеи остались почти без финансирования, поток туристов и посетителей сократился, изменилась лекционная и экскурсионная практика. Музейная сеть внутри страны стала постепенно распадаться, хотя некоторым из них удалось за счет своих коллекций выстроить отношения с зарубежными коллегами. В этот период музеям пришлось искать способы привлечения посетителей, разрабатывать новые образовательные программы, создавать нестандартные выставки. В 2000-2010-е гг. Министерство культуры РФ снова обратило внимание на музеи, увеличило финансирование, но в то же время повысило требования к формальным музейным показателям: количеству выставок, охвату ими регионов, количеству выставляемых экспонатов и др. К настоящему моменту создалась ситуация, когда музеи должны, учитывая политику Министерства культуры, достигать собственных интересов; реализовать проекты своих научных сотрудников, параллельно расширяя географию своих выставочных проектов. Особенно это актуально для крупных федеральных музеев, деятельность которых государство

контролирует в большей степени, но одновременно и где выше амбиции как дирекции, так и научных сотрудников.

Создаваемые музеями выставки и экспозиции – это важный ресурс для воспитания, образования, понимания традиционной культуры. Однако к настоящему моменту недостаточно исследовано, как эта культура транслируется в общество. В частности, до сих пор мало внимания обращается на изучение музейных выставок, которые представляют собой пересечение самых разных интересов внутри музея и за его пределами: выставки – это и выражение научных идей музейных сотрудников, и идеологические проекты, и способ коммуникации с посетителями на актуальные темы, и форма выражения музейного знания. Если мы хотим понять современную роль музеев и то, в какие культурные процессы он вписан, а, самое главное, прояснить особенность социокультурной трансляции знания в общество, нам необходимо уделить музейным выставкам более пристальное внимание.

**Степень разработанности научной проблемы.** На сегодняшний день существует значительный массив научных работ по социологии музеев и по смежным дисциплинам (культурология, музеология, социология культуры, социология и история науки). Среди этих работ можно выделить ряд основных групп:

1) общая история музеев: исследования, посвященные становлению, развитию и историческим особенностям функционирования музеев (Г. Бэйзин, К. Хадсон, Т. Юренева, Г. Сэйлинг);

2) исследование посетителей: работы, связанные с разными аспектами восприятия посетителями пространств и экспозиций музея, а также коммуникации между посетителем и музеем (П. Бурдые, В. Киршберг, В. Кналст, Д. Димаджио, Дж. Смит, Б. Лонгхарст). Особенно стоит выделить советскую школу в исследованиях посетителей (Е. К. Дмитриева, С. П. Стародубцева, П. Ф. Губичевский, А. К. Ломунова). Среди современных российских социологов следует назвать В. Г. Узунову, В. Н. Козиева, Л. А. Петрунину, Л. А. Кутыеву;

3) социологическое изучение отношений музея и общества, исследование разнообразных аспектов взаимодействий музея и разных социальных групп: меценатов, среднего класса, рынка искусства, этнических сообществ (Н. Ф. Петрова, А. А. Чернега, О. Е. Беззубова, Б. Гладарев, Е. А. Акулич, Р. Мулен, С. Уотсон). Отдельно здесь можно выделить серию работ, связанных с исследованием соотношений музея и социальных проблем, таких как неравенство, исключенность, собственность, сегрегация и т.д. (П. Бурдые, Э. Динцман, Р. Сэнделл, А. Уиткомб, С. Лангерквист);

- 4) исследование взаимодействия музейной и туристической индустрий (Б. Киршенблатт-Гимблетт, Дж. Москардо, М. Прэт, Дж. Харрисон);
- 5) изучение влияния музея на идеологию национализма и формирование национальных и постнациональных идентичностей (Ш. Макдональд, Р. Хэсли, Э. Кумб, О. Тап, С. Амато);
- 6) анализ коллекционирования как феномена в рамках музея и за его пределами (Г. Помиан, С. Пирс, Д. Баранов, С. Кнэлл, Дж. Гуди);
- 7) исследование функций, деятельности и структуры художественных музеев (К. Дункан, В. Золберг, С. Пирс, Д. Бёрен);
- 8) направление, восходящее к М. Фуко, анализирующее музей как особое место конструирования и трансляции эпистемических систем (Э. Хупер-Гринхилл, К. Хезерингтон, Т. Беннет, Б. Лорд);
- 9) социология профессии музейного работника, анализирующая его деятельность, компетенцию, экспертное знание (С. Экорд, С. Актобр, Ш. Макдональд, Г. Каванах, Н. Хайник).

Представленные выше группы работ анализируют, в основном, *эффекты* музейной деятельности, начиная от контекста человеческой истории, заканчивая туристическими впечатлениями и проблемами собственности. Только в 1990-е годы появилось направление, которое занялось этнографией музеев, то есть исследованием музейных сотрудников как особого «племени», имеющего свою «культуру», реагирующего на изменения в окружающей действительности и конструирующего репрезентации других культур. Среди таких работ следует назвать в первую очередь исследования Ш. Макдональд, которая в течение долгих лет анализировала работу Музея науки в Лондоне, статьи С. Стар и Дж. Гризмера, посвященные деятельности Музея зоологии позвоночных в Беркли, исследования А. Яневой, связанные с практиками конструирования объекта искусства в Парижском Музее современного искусства. Эти авторы рассматривают не эффекты музейной деятельности, а сам процесс музейной *работы*, в ходе которой создаются важные для общества репрезентации традиции, природы, технологии, других культур. Но даже в этих работах отсутствует различие культурных продуктов, которые создает музей; они не рассматривают инфраструктуру, коммуникацию и практики, которые существуют вокруг отдельных культурных объектов, представляющих собой важные взаимодействия между разными группами интересов внутри и за пределами музея.

Монолитное, не детализированное представление о культурной деятельности музея кажется проблематичным. Выставки как тип культурного объекта отличаются от многих

других объектов, производимых музеем (экспозиции, каталоги, лекции, научные статьи). Выставки – это регулярная коммуникация с обществом, возможность освещения важных для общества событий и тем. Они выполняют функции, как внутренней интеграции музейного мира, так и являются культурным «экспортом» музея. Выставочная деятельность характеризуется, с одной стороны, экспериментальностью, с другой стороны, она опирается на разрабатываемые годами этнографические темы. Многогранность и отличительные черты выставок дают возможность исследовать то, как устроены отношения музея с другими группами и каким образом определенная культура производится и транслируется в общество.

**Объект** диссертационного исследования – этнографический музей, создающий культурные продукты для общества.

**Предмет** данного исследования – контекстуальные и структурные условия выставочной деятельности этнографического музея как социокультурной технологии трансляции знания в общество.

**Цель** диссертационного исследования – выявление контекста, структуры, стадий, аудиторий и практик производства культурных объектов в виде выставок в этнографическом музее. Достижение данной цели предполагает решение следующего ряда **задач**:

- 1) осуществление систематизации и критики основных социологических подходов к феномену музея;
- 2) выявление основных понятий культурного объекта в научной социологической литературе и выделение наиболее релевантного из них для исследования выставочной деятельности этнографического музея;
- 3) описание политического, культурного, институционального и инфраструктурного контекста культурной деятельности в этнографическом музее;
- 4) выявление конвенциональных и жанровых особенностей выставочной деятельности, типологии выставок;
- 5) выделение и описание стадий и структуры производства культурных объектов в выставочной деятельности этнографического музея как социокультурной технологии трансляции знания в общество;
- 6) определение особенностей практического использования выставки как культурного объекта в разных культурных контекстах;
- 7) сравнение выставочной деятельности в этнографическом музее и музеях других профилей.

**Теоретическую основу исследования** составляют следующие группы работ:

- Социологические работы направления *производство культуры* (Р. Петерсон, Г. Беккер, П. Бурдые, Д. Хезмондалш, П. Димаджио, П. Хирш, Т. Беннет). Они задают общий взгляд на музей как на социальную организацию, производящую культурные объекты для общества. Предполагается, что содержание культурных объектов определяется социальными и практическими условиями их создания.
- Работы в русле *символического интеракционизма* (Дж. Мид, Г. Блумер, Р. Парк, Э. Хьюз, Г. Беккер, А. Стросс, Э. Герсон, А. Кларк, С. Стар). Это направление является основным в нашей работе. Оно позволяет рассмотреть музей как сегментированный социальный мир со свойственной ему интенсивной коммуникацией, общими практиками, особым мировоззрением и специфической инфраструктурой. Выставочная деятельность будет рассматриваться как событие, вокруг которого выстраиваются коммуникации, принятые способы действия, интересы и смыслы. Для последователей символического интеракционизма музейное знание является частью общих практик и координационным механизмом для соположения разных элементов в деятельности.
- работы направления *исследования науки и технологий* (Science and technology studies, STS) (Б. Латур, М. Каллон, Дж. Ло, Д. Тёрнбалл, К. Хезерингтон, С. Стар). Это направление родственно предыдущему в рассмотрении социальных структур как реляционных сущностей. Оно необходимо для анализа «нечеловеческих» аспектов деятельности социального музейного мира: инфраструктуры, вещей, стандартов, пространственных форм. Кроме того, работы этих авторов важны для микросоциологического анализа трансформации знаний и выставочных элементов в ходе создания выставок.

Также будут использованы некоторые теории музейной деятельности (Т. Беннет, К. Хезерингтон, Л. Бет, Э. Хупер-Гринхилл, Б. Киршенблатт-Гимблетт, Ш. Макдональд) в анализе ряда аспектов музея: роли музейного знания, пространства, отношений текстов и вещей, способов построения выставок, методологических приемов.

В качестве основного **метода** сбора данных был использован метод *кейс-стади*. Как пишет один из его разработчиков Р. Йин, метод предполагает описание ряда событий и отношений, которые затем можно представить как определенный случай (кейс), находящийся в современном контексте. Сам метод исходит из детального описания и опоры на разные источники. Он позволяет высветить специфику выставочной деятельности музея и внести изменения в наше понимание производства культуры. Помимо этого, используется метод этнографии. Д. Крессуэлл, теоретик эмпирических качественных методов, отмечает, что



этнографический метод предполагает описание и интерпретацию определенной культуры или социальной группы. Исследование фокусируется на моделях поведения, обычаях, способах жизни. Данный метод предполагает «близкое знакомство с формой жизни изучаемого сообщества», опирается на «интерпретативную и описывающую стратегии» и ориентирован на «выявление типичного в уникальном» (Е. Ярская-Смирнова).

**Эмпирическая база исследования.** В качестве эмпирического объекта был взят большой федеральный музей с интенсивной выставочной деятельностью, который сочетает активную научную работу с хранением и учетом экспонатов, созданием выставок по заказам государства, и у которого существуют налаженные отношения с зарубежными музеями. Такой исследовательский объект позволяет рассмотреть выставочную деятельность по всей ее многогранности. Кроме того, данный музей имеет богатую историю, которая отражается в современной деятельности музея, в его конвенциях и музейных традициях. В качестве такого музея был выбран Российский этнографический музей (РЭМ) в Санкт-Петербурге. Длительная история существования (с 1902 года), активная научная работа (действующая аспирантура, экспедиционная и исследовательская деятельность), богатая коллекция (более 470 тысяч хранимых экспонатов) и интенсивная выставочная деятельность (более 40 выставок в год) делают его релевантным объектом для наших целей.

Данные собраны нами в ходе включенного наблюдения в течение двух месяцев (октябрь-ноябрь 2013 года) в РЭМ, проведения полуструктурированных интервью с 24 сотрудниками РЭМ в феврале – сентябре 2014 года, а также материалы конференций, стажировок и культурных мероприятий, проводимых в музее по темам, связанным с выставочной деятельностью музея. Кроме этого, были собраны образцы музейной документации, а также тексты, связанные с разными видами деятельности музея (научные паспорта экспонатов, учетные карточки, индивидуальные планы, экспертные заключения и т.д.). Помимо этого, было проведено четыре интервью с представителями других музеев (Музей политической истории России, Центральный военно-морской музей, Музей антропологии и этнографии (Кунсткамера), Государственный музей истории религии) для сравнения выставочной деятельности в РЭМ и других близких ему по типу музеях (с некоторыми информантами интервью проводились повторно, поэтому общее их число: с сотрудниками РЭМ - 27, с сотрудниками других музеев – 4. Общее количество – 31).

#### **Научная новизна исследования:**

1. Предложена модель выставочной деятельности как социокультурной технологии трансляции знания в общество, которая основывается на прагматическом подходе к культуре

Т. Беннета и включает анализ конвенциональных характеристик выставки в данной культурной организации, стадии создания, структурные элементы, содержание, жанры и практики использования.

2. Продемонстрировано, что в РЭМ функциональная структура, предполагающую субординацию, координацию и контроль со стороны дирекции, переплетается с отдельными неформальными сегментами музейного мира (научного, административного, образовательного, музейных ниш).

3. Проанализированы основные контекстуальные аспекты, влияющие на производство культуры в музее: политические (роль государства, мнение администрации музея, идеология), институциональные (дисциплинарные практики, планирование и отчетность), социальные (конвенции, музейная традиция, образование и возраст сотрудников), эпистемологические (личностные и эксплицитные знания, реализующиеся в выставках).

4. Охарактеризованы социальные условия создания, трансляции и воспроизводства знания, идей, представлений и символов в выставочной деятельности. Выставка воспринимается как эссеистичная, экспериментальная, часто авторское произведение; это инсценировка реальности с опорой на документальные источники и реальные экспонаты. Описана типичная последовательность создания выставки, предполагающая пять этапов: создание идеи, написание концепции, переговоры с дирекцией, монтаж, открытие. Каждый этап характеризуется своим набором участников, документов, коммуникаций и практик.

5. Показано, что структурные элементы выставки (вещи, тексты, методы экспонирования, пространство, документы, коммуникации) соединяются в процессе создания выставки через "медиационные формы" (знания, документы, технологии). Этнографическое знание выступает основанием для координации других выставочных элементов между собой.

6. Охарактеризована трансформация выставок при переходе в новые локальные практические ситуации, где выставка интерпретируется и используется по-своему разным набором участников (экскурсоводы, посетители, ученые, коллекционеры, любители этнографии). Выставка выступает в качестве элемента, объединяющего интересы разных индивидов и групп внутри музея и за его пределами, и представляющего для музея объекты культурного обмена с окружающими социальными средами.

**Практическая ценность диссертации.** Результаты исследования могут быть использованы сотрудниками этнографических музеев, в том числе представителями администрации, для переопределения политики музея в сторону расширения работы с

разными музейными аудиториями. Кроме того, данные исследования могут быть использованы специалистами Министерства культуры для оптимизации своей деятельности в отношении музеев. Наконец, концептуализация и данные исследования могут найти свое применение в исследовании особенностей деятельности других музеев и культурных центров, а также в учебном процессе при подготовке специалистов в общественных науках.

#### **Положения, выносимые на защиту:**

1. Выставка, будучи жанром музейной деятельности, является объектом культурного обмена между этнографическим музеем и другими социальными группами и институтами, а также выполняет важные функции в формировании связей музея с партнерами, аудиториями, государством.

2. Отношения музея с разными социальными институтами (прежде всего, с государством) и представителями разных социальных групп оказывают значительное влияние на выставочную деятельность музея, а именно влияют на тип выставки (юбилейные, заказные, выставки к определенным датам) и ее содержание (зарубежные выставки более схематичны, дают меньше деталей; заказные часто предполагают включение экспонатов других музеев и т.д.

3. Внутримузейный контекст является другим важнейшим обстоятельством, определяющим форму и содержание выставок. Сюда относятся политические аспекты (мнение администрации, переговоры между администрацией и научными сотрудниками), экономические (недостаток финансирования, распределение средств внутри музея), институциональные (планы и отчеты), социальные (конвенции, неформальные коммуникации), технологические (наличие технологий), эпистемологические (общие стандарты, личностное знание).

4. Этнографическая выставка – это культурный объект, предполагающий объединение разных частей музея воедино, пункт идентификации и солидаризации музейного мира.

5. Выставочная деятельность как социокультурная технология трансляции знания в общество предполагает собирание разных элементов (текстов, вещей, пространства, знаний и т.д.) воедино в процессе пяти этапов: придумывание идеи, написание концепции, переговоров с дирекцией, монтажа и открытия.

6. При трансляции созданной этнографической выставки в другие ситуации и практики (экскурсии, мастер-классы, научную, просветительскую, учетную деятельность) происходит переинтерпретация выставки, изменение ее репрезентационных возможностей и способов использования в зависимости от участвующих групп и особенностей практик.

**Апробация исследования.** Промежуточные результаты исследования были представлены на конференциях «Векторы развития современной России – 2013» (МВШСЭН, апрель 2013 года), «Антропология города» (ИЭА РАН, Москва, декабрь 2013 года), «Новые подходы в гуманитарных и социальных науках. Третьи Смольные чтения» (СПбГУ, апрель 2014 года), «Социология в действии - 2014» (ГУ ВШЭ, апрель 2014 года), «Выставка Достижений Научного Хозяйства-8» (ЕУСПб, декабрь 2014 года), «Векторы развития современной России - 2015» (МВШСЭН, апрель 2015 года).

**Структура диссертации.** Диссертация состоит из трех глав, введения и заключения. В первой главе дается общий обзор научной литературы по зарубежной и отечественной социологии музеев, исследованию этнографических музеев и предлагается авторское использование понятий культурный объект и производство культуры для анализа исследования музейной деятельности. Вторая глава посвящена контексту производства культурных объектов в музейной деятельности, представлена краткая история изучаемого музея, политические, культурные, институциональные и инфраструктурные условия его работы. Третья глава включает исследование стадий, структуры, типологии выставок, анализ их использования разными аудиториями, а также очерчивание общих особенностей предлагаемой модели производства культуры.

# Глава 1. Теоретические основания культурной деятельности в музее

## 1.1. Социологические подходы к исследованию культурной деятельности в музее

### 1.1.1 Зарубежная социология музеев

Проблема эмпирического изучения музеев наиболее обстоятельно освещена в двух статьях: немецкого социолога М. Айзенбайса «Некоторые элементы для социологии музеев» и обзорном исследовании профессора университета Кил Г. Файфа «Социология и социальные аспекты музеев»<sup>1</sup>. Мы будем опираться на их разработки, и дополним их работами, которые они не анализировали. В этой части диссертационной работы не будет предложен исчерпывающий список подходов и авторов, скорее, продемонстрированы основные вехи развития социологии музеев.

Указанные выше статьи, написанные с разницей в 30 лет, демонстрируют большое различие в том, как изменились представления о социологии музеев. Айзенбайс, в 1972 году написавший статью, был исследователем Института Сравнительных Социальных Исследований Кёльнского университета в Германии. Под музеями он имеет в виду, прежде всего, художественные музеи, поэтому в своем обзоре вводит проблематику социологии музеев именно в поле исследования взаимодействия художественной культуры и общества. Как он отмечает, первые попытки исследовать музей с социологической точки зрения были предприняты Альфредом Вебером и его коллегами в Гельдербергском университете в 1900-х годах<sup>2</sup>. В 1914 году немецкая исследовательница Ильза Бирам написала работу о роли музеев в развитии промышленного города. Однако и та, и другая попытки скорее могут быть обозначены как протосоциология музеев. В них не было предпринято, как отмечает Айзенбайс, «систематической переоценки традиционной или критической позиции по отношению к музеям на основании эмпирических данных»<sup>3</sup>. Такая переоценка совершается только в 1960-е годы вместе с исследованиями Х. Зеттерберга, П. Бурдые (со своими

---

<sup>1</sup> Eisenbeis M. Elements for a sociology of museums // *Museum International*. 1972. V. 24. №. 2. P. 110-117; Fyfe G. *Sociology and the social aspects of museums // A companion to museum studies*. 2006. P. 33-49.

<sup>2</sup> Однако, он не дает ссылок, а самостоятельные попытки найти упоминания о таких исследователях с нашей стороны не привели к положительному результату.

<sup>3</sup> Eisenbeis M. Elements for a sociology of museums. P. 111.

коллегами) и Ж. Дюмазедье<sup>4</sup>. Из этих работ стоит подробно остановиться на работе Бурдьё, повлиявшей на множество других исследований по социологии музеев.

В книге «Любовь к искусству: европейские художественные музеи и их публика» намечен подход Бурдьё к анализу культурного присвоения классами символических благ. Бурдьё показывает социальные условия и обстоятельства, в которых происходит воспроизводство художественного вкуса. Он отрицает, что художественный вкус дарован судьбой или Богом, и показывает, что он производится обучением и воспитанием в определенных социальных условиях. Музеи выступают здесь как лакмусовая бумага. Бурдьё утверждает: если люди ходят в музеи, следовательно, они способны расшифровать, понять и получить удовольствие от того, что они видят перед собой. Поэтому необходимо исследование посетителей для понимания информации, предлагаемой музеями. Проведя исследования в художественных музеях пяти европейских стран (Франция, Греция, Голландия, Польша и Испания), Бурдьё приходит к выводу, что музеи регулярно посещают довольно молодые люди (15-24 года), имеющие среднее или высшее образование, при преобладании верхних классов (upper classes). В анкетах содержались также вопросы, касающиеся общей эрудиции публики («назовите одно или несколько имен знакомых художников»), а также фиксирующих частоту их посещения. Высшие и средние классы показали наибольшую эрудицию и наиболее часто посещали музеи. Из этого Бурдьё делает вывод, что «... если такова функция культуры, и если любовь к искусству это ее знак, отделяющий невидимым и непреходимым барьером тех, кто тронут «благодатью» от тех, кто остался не удел, понятно, что в своих деталях морфологии и организации музеи передают свою истинную функцию: усилить у одних чувство причастности, а у других - чувство исключенности»<sup>5</sup>. Это различие создается благодаря тому, что одни имеют возможность благодаря обучению и социализации усвоить возможность понимать и получать удовольствия от определенного вида искусства, а другие – нет. Таким образом, один класс проводит различие между собой и другим классом, не экономически, как полагал Маркс, а через фактор культурного потребления.

Упомянутая выше работа, как и многие другие в этот период, остаются в рамках исследования количества и «качества» музейной публики, ее социальных и демографических характеристик. Айзенбайс идет дальше, делая акцент на других важных аспектах музейной деятельности: он стремится поместить отношение между музеем и публикой в более широкий социальный контекст. Для него музей – это, прежде всего, культурный институт, находящийся

---

<sup>4</sup>Zetterberg H. L. Social theory and social practice. Transaction Books, 2002; Bourdieu P. et al. The love of art; Dumazedier J. et al. Loisir et culture. Editions du Seuil Seuil, 1966.

<sup>5</sup>Bourdieu P. et al. The love of art. P. 11.

среди других «культурных и развлекательных институтов»<sup>6</sup>. Основная проблема музеев - их малая посещаемость. Айзенбайс задается вопросом: что привлекает людей ходить, скажем, в кино, и не ходить в музеи? Какие структурные факторы влияют на посещение музея? Ответ на эти вопросы он видит в понятии когнитивного диссонанса, введенном Л. Фестингером в 1950-х годах<sup>7</sup>. Людей отпугивает от музеев потребность изменения своего повседневного восприятия и необходимость обладания богатыми знаниями<sup>8</sup>. Именно эти факторы, на взгляд Айзенбайса, делают музеи (только художественные музеи) нежелательными для массовой публики, которая может потратить свое время с большим удовольствием, хотя, может быть, и с меньшей пользой<sup>9</sup>. С этими факторами связаны и другие: такие, например, как воображаемый образ музея, который может препятствовать или стимулировать посещение музеев, количество музеев и их доступность для людей, наличие кафетериев и магазинов сувениров. Если учитывать и контролировать эти факторы, отмечает Айзенбайс, если изучить привычки посетителей, можно заметно увеличить посещаемость музеев.

Нужно отметить в данной позиции несколько моментов. Во-первых, предполагать, что магазины, кинотеатры, стадионы не вызывают когнитивный диссонанс и не влияют, а сами находятся под влиянием запросов публики, – значит не учитывать истории появления этих институтов и их важных функций по контролю поведения толпы<sup>10</sup>. Во-вторых, Айзенбайс не критично отделяет «большие» технологические или естественные музеи от художественных, предполагая, что первые используются исключительно для развлечения, а вторые - для важной просвещенческой функции<sup>11</sup>. В-третьих, он не учитывает особенности музейных институтов, сводя их все к обобщающему типу культурных (и развлекательных) учреждений, и определяя их роль в обществе как обобщенно культурно-развлекательную. Помимо недостатков нужно все же отметить, что некоторые его идеи, например, взгляд на музей как на организацию и учет его внутренней деятельности (собственные традиции, выбор персонала, отношение к публике), стоит считать весьма важными для дальнейших исследований в области социологии музеев<sup>12</sup>.

Следующим важным этапом становления социологии музеев можно отметить 1980-1990е годы. Г. Файф отмечает, что социологические исследования музеев этого периода были отмечены влиянием М. Фуко. Одни из самых знаменитых имен в музеологии и социологии

---

<sup>6</sup>Eisenbeis M. Elements for a sociology of museums. P. 112.

<sup>7</sup>Festinger L. A theory of cognitive dissonance. Stanford university press, 1962. .

<sup>8</sup> Это аргумент Бурдые из разобранный выше работе.

<sup>9</sup>Eisenbeis M. Elements for a sociology of museums. P. 112-114.

<sup>10</sup> Bennett T. The exhibitionary complex //Culture/Power/History: A Reader in Contemporary Social Theory. 1994. P. 123 – 155; Barth V. The Micro-history of a world event: intention, perception and imagination at the Exposition universelle de 1867 // Museum and society. 2008. V. 6. №. 1. P. 22-37.

<sup>11</sup>Eisenbeis M. Elements for a sociology of museums. P. 114.

<sup>12</sup>Ibid. P. 115.

музеев в этот период: Т. Беннет, Э. Хупер-Гринхилл, С. Пирс, Б. Лорд, Б. Кишшенблатт – Гимблетт отмечали важность для них Фуко, хотя каждый взял у него различные идеи: либерального управления (*liberal governmentality*), репрезентации, эпистемы, политической рациональности. В то же время, именно благодаря его эссе «Другие пространства» многие исследователи стали смотреть на музей как на особое культурное пространство, поскольку сам Фуко выделял вопросы пространства в качестве главных теоретически проблем современности<sup>13</sup>. Одним из краеугольных понятий в его исследованиях стало понятие *гетеротопии* как пространства, находящегося за пределами других пространств, и внутри которого другие пространства и времена были репрезентированы, оспорены и подвергнуты критике<sup>14</sup>. Что, как не музеи, являются такими гетеротопиями? Хотя сам Фуко, очевидно, не использовал его для исследования музеев, социологи музеев 1990-х годов сделали это с большим успехом<sup>15</sup>.

Вслед за Фуко дискурсивные стратегии музеев, а также их связь с другими институтами стали отмечать другие исследователи. Г. Файф отмечает общую тенденцию рассматривать музей как пространство, в котором сталкиваются и воспроизводятся разные дискурсы. Это могут быть: колонизаторский имперский дискурс (о его британском варианте прекрасно написала Кумб), классовый дискурс (о том, что современное понимание высокого искусства связано с деятельностью культурных капиталистов в конце XIX-начале XX века, обосновал П. Димаджио), связанный с ним буржуазный этатический дискурс (работы Дункан и Валлах), либеральный дискурс (книга Беннета «Рождение музея») наконец, националистический дискурс (известная глава Б. Андерсона про музеи из «Воображаемых сообществ»)<sup>16</sup>.

Все эти подходы имеют ряд слабых мест: во-первых, они говорят лишь об отдельных музеях, во-вторых, их замечания носят часто декларативный характер, как, например, замечание Дункан об идеологическом характере музеев<sup>17</sup>. В этом отношении исследование Кумб демонстрирует как музеи, работавшие на производство идеологии, они пытались

---

<sup>13</sup> Foucault M. Of other spaces // *Diacritics*. 1986. V. 16. № 1. P. 22-27; Foucault M. The birth of the clinic. Psychology Press, 2003; Фуко М. Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы. М., 1999; Foucault M. Manet and the Object of Painting, London: Tate Publishing, 2009; Фуко М. Это не трубка. М., 1999.

<sup>14</sup> Foucault M. Of other spaces. P. 24.

<sup>15</sup> Hetherington K. Foucault, the museum and the diagram // *The Sociological Review*. 2011. V. 59. № 3. P. 457-475; Lord B. Foucault's museum: difference, representation, and genealogy // *Museum and society*. 2006. T. 4. № 1. P. 1-14.

<sup>16</sup> Coombes A. E. Museums and the formation of national and cultural identities // *Oxford Art Journal*. 1988. V. 11. № 2. P. 56-68.; DiMaggio P. Cultural entrepreneurship in nineteenth-century Boston // *Media, Culture and Society*. 1982. № 4. P. 33-50; Duncan C., Wallach A. The universal survey museum // *Museum studies: An anthology of contexts*. 2004. P. 51-70; Bennett T.. *The birth of the museum: history, theory, politics*. Routledge, 1995; Андерсон Б. *Воображаемые сообщества*. М., 2001.

<sup>17</sup> К. Дункан утверждает, что музей с самого начала своего становления выполняет идеологическую функцию, опираясь на работы Л. Альтюссера, пытаясь представить себе их деятельность, полностью подчиненную интересам высшего класса (*patron class*) (см. Duncan C., Wallach A. *The universal survey museum // Museum studies: An anthology of contexts*. 2004. P. 52).



обосновывать и свою собственную независимость<sup>18</sup>. Откликаясь на тенденции своего времени, музеи всегда были сложными культурными явлениями, которые трудно однозначно вписать в один определенный дискурс. Это не лишает вышеприведенные работы их критической и эвристической ценности, поскольку они произвели тип анализа, который не был создан до них в социологии музеев, направленный на выявление внутри культурных репрезентаций определенных социальных дискурсов.

Другое направление в социологии музеев Файф обозначает как *институциональная критика* музеев. Данное направление (не имеющее четких границ) рассматривает музей как социальный институт, который производит в обществе определенные *эффекты*. Например, музей производит культурную стратификацию, то есть символическое (а затем институциональное) разделение людей на определенные группы и страты, что часто носит дискриминационный характер. Это относится к разделению на высокую и низкую культуру, на художников и кураторов, на профессионалов и любителей, на демократизм и элитизм<sup>19</sup>. Последнее различие затрагивает такую важную тему в социологии музеев, как инклюзия, иначе, способность музея содействовать включению разных индивидов и групп людей в совместную деятельность с государством (и с самими собой)<sup>20</sup>. Социальные группы, особенно маргинальные, часто не находят в музеях отражения себя, что вызывает ощущение отторжения. Британский исследователь Р. Сэнделл предлагает концепцию инклюзивного музея, который через репрезентацию исключенных из публичного дискурса групп может способствовать повышению уровня их самоуважения, укреплению коллективной идентичности, включению их в форумы с участием других групп<sup>21</sup>. Таким образом, музеи могут воздействовать не только на то, что Сэнделл называет культурное измерение инклюзии, но и на социальное и политическое. В то же время, у Сэнделла отсутствует картина того, каким образом интересы незащищенных групп могут быть выражены в общем процессе конструирования репрезентаций в музее, как они могут сочетаться с логикой музея.

Отдельная тема, которую Файф описывает как важную в социологии музеев – это коллекционирование. Известно, что музейные фонды состоят из коллекций, а не из отдельных экспонатов (даже один экспонат может составлять коллекцию), поэтому в отношении коллекций в социологии музеев возникло отдельное направление. До-социологический анализ коллекционирования можно встретить в работе Ж. Бодрийяра «Система вещей», где автор стремится рассмотреть коллекцию через призму субъективности коллекционера, а также

---

<sup>18</sup>Coombes A. E. Museums and the formation of national and cultural identities. P. 57.

<sup>19</sup>Fyfe G. Sociology and the social aspects of museums. P. 38.

<sup>20</sup>Sandell R. Museums as agents of social inclusion // Museum Management and Curatorship. 1998. P. 17. №. 4. С. 401-418.

<sup>21</sup>Ibid. P. 412.

пытается показать, что собирание вещей это своеобразный сублимированный процесс коммуникации<sup>22</sup>. К социологии его работы трудно отнести в силу их дедукций и отсутствия эмпирики, однако ряд последующий исследователей коллекций опирается на его рассуждения и мысли<sup>23</sup>.

Тема коллекционирования важна для понимания особого статуса музейного предмета. Польский исследователь К. Помиан в рамках исторической социологии пытается провести мысль, что музейная (да и всякая другая) коллекция обладает удивительными чертами: имея меновую стоимость (и порой высокую), она, тем не менее, не участвует в экономическом обмене, и не имеет потребительной стоимости. Этот парадокс Помиан помещает в рамку исторического исследования, пытаясь выделить из истории человечества предметы и коллекции со сходными свойствами. Он рассматривает вещи в погребениях, приношения богам в древнегреческих храмах, реликвии, мощи святых, драгоценности королевских сокровищниц, коллекции музеев. Все они относятся к объектам, которые имеют одно свойство – быть посредниками между миром видимым (то есть там, где есть живые, пилигримы, прихожане, богатые семьи, посетители), и миром невидимым, под которым он понимает удаленный во времени и пространстве особый мифологический мир<sup>24</sup>. На наш взгляд, эта идея нуждается в дальнейшем развитии. Даже если мы находим в истории вещи с похожим статусом, их связь с другими вещами и людьми внутри различных обществ не одинакова. Кроме того, различны и виды их посредничества. Необходимо спросить, насколько это действительно посредничество, и насколько тот, невидимый мир, реален? И главное – кто и когда организует коллекцию, кто определяет ее полноту, ее цель, ее необходимость? Кто и когда организует выставление этой коллекции? Все эти важные вопросы, которые поставила т.н. «новая музеология» в сборнике П. Верго до сих пор нуждаются в прояснении в сегодняшних музеях<sup>25</sup>.

Социология коллекционирования также связана с темами культурной собственности и коллективной идентичности. В антропологическом ключе ее затронул известный этнограф Дж. Клиффорд. В одной из глав его книги «Затруднение культуры» говорится о том, что коллектив, так же как и индивид, с помощью практик коллекционирования, основанных на классификации, выстраивании иерархии ценностей, отборе определенных вещей, создают

---

<sup>22</sup>А кроме того он пытается провести параллель между коллекционированием и сексуальными отношениями. Эта тема также поднимается в художественной литературе, например, в романе Джона Фаулза «Коллекционер» (Фаулз Д. Коллекционер. Litres, 2014)

<sup>23</sup>См. например, Pearce S.. The urge to collect //Interpreting objects and collections. 1994. P. 157-159.

<sup>24</sup>Pomian K. The collection: between the visible and the invisible //Interpreting objects and collections. 1994. P. 60-74.

<sup>25</sup>Как пишет Питер Верго во введении к сборнику «Новая музеология»: «Акт собирания имеет политические, идеологические и эстетические измерения, важные для понимания» (VergoP. Introduction // New museology. Reaktion Books, 1989. P. 2).

собственную идентичность и очерчивают круг своего<sup>26</sup>. Далее он вслед за Ж. Бодрийаром выделяет современную ему систему ценных вещей и, используя семиотический квадрат французского семиотика Ж. Греймаса, строит систему того, как антропологические музейные объекты меняют свои ценностные свойства<sup>27</sup>.

Файф также отмечает, что современные исследователи музеев вслед за культурным поворотом (cultural turn) в социологии, открывают для себя такие темы, как телесный опыт (например, переживания встречи с музейными объектами), эмоции, память, время, туризм, шопинг, жизненный стиль и потребление<sup>28</sup>. Большую роль в этом направлении (в исследовании музеев) играет изучение туристов, которое связано с исследованием посетителей и музеев. Одной из самых цитируемых статей (в социологии туризма)<sup>29</sup> является статья австралийской исследовательницы Ж. Москардо «Внимательные посетители: наследие и туризм»<sup>30</sup>. В ней автор предлагает концепт внимательности (mindfulness), которой может быть применен для характеристики устойчивого туризма (sustainable tourism). Она полагает, что внимательность – это эффект, который может порождаться специальными техниками внутри музея, касающихся работы с опытом туриста<sup>31</sup>. Она предлагает четыре ключевых момента: разнообразие в опыте встречи с выставками, контроль посетителя над возможностью участвовать в интерактивных экспозициях, над ориентацией в пространстве музея, необходимость отсылки к личному опыту туриста, и разнообразные вызовы, которые могут провоцировать туриста-посетителя на внутреннюю работу<sup>32</sup>. С помощью этого может быть достигнуто активное вовлечение туриста внутри экспозиционных залов, а значит и увеличение его собственной ответственности и ощущения заботы о музее и месте, где он находится. Среди других тем в социологии туризма можно отметить темы туризма как основы для конструирования «воображаемого сообщества», а также отношение между туризмом и музеями. Помимо тех ключевых моментов, которые предлагает Ж. Маскардо, отмечается, что музей может быть местом работы с сообществом, не только определяя его идентичность, а также ставя неоднозначные вопросы по отношению к сообществу, сомневаясь и дискутируя. Это, утверждает социолог туризма Д. Харрисон, исследовавшая один из музеев на Гавайях, вызывает интерес у туристов<sup>33</sup>. Подобная точка зрения противоречит видению другого исследователя – М. Прета, который полагает, что туристические достопримечательности, и

---

<sup>26</sup> Clifford J. Collecting ourselves // Pearce S. M. (ed.). *Interpreting objects and collections*. Psychology Press, 1994. P. 259.

<sup>27</sup> Ibid. P. 263.

<sup>28</sup> Fyfe G. *Sociology and the social aspects of museums*. P. 44.

<sup>29</sup> По версии Web of science.

<sup>30</sup> Moscardo G. Mindful visitors: Heritage and tourism // *Annals of tourism research*. 1996. V. 23. №. 2. P. 376-397.

<sup>31</sup> Ibid. P. 387.

<sup>32</sup> Ibid. P. 392.

<sup>33</sup> Julia H. Museums and touristic expectations // *Annals of Tourism Research*. 1997. T. 24. №. 1. P. 36-37.

музеи среди них, скорее способствуют формированию жестких идентичностей, чем ставят вопросы в их отношении. Отчасти можно согласиться с его точкой зрения, особенно в связи с тем, что, как отмечается, музеи часто стараются транслировать ценности и категории истеблишмента, нежели вырабатывать собственную позицию в репрезентации<sup>34</sup>. Таким образом, социология музеев затрагивает вопросы отношения между музеями и туристами, а также музеями и идентичностями, рассматривает туризм как практику получения знания о той или иной стране или сообществе через соприкосновение с достопримечательностями, которыми часто являются музеи. Одновременно, как видно из статьи Маскардо, рефлексия над этими вопросами также влияет на то, каким образом внутри музеев организуются выставки и экспозиции.

Другим важным направлением в исследовании музеев является этнография музеев. Это направление отличается от проанализированных подходов, которые стремятся рассмотреть только внешние эффекты или музейные дискурсы. Среди важных работ, которые двигались в вышеупомянутом направлении, можно отметить работы А. Яневой, С. Стар и Ш. Макдональд.

Янева – профессор архитектуры в Манчестере. В рамках своих исследований она опирается на акторно-сетевую теорию, созданную Б. Латуром, М. Каллоном и Дж. Ло<sup>35</sup>. Этнографическому исследованию музеев посвящена ее статья «Как автобус оказался в музее»<sup>36</sup>. Янева постаралась увидеть то, каким образом создаются сами музейные экспонаты и выставки. «Я опишу как художники, кураторы, техники и рабочие адаптируют пространство, инструменты и материалы для художественных идей; что происходит с автобусом<sup>37</sup>, когда он входит в музей, и исследую способы, с помощью которых трансформируется пространство музея»<sup>38</sup>. Выделяя два подхода: инструментальный («музей несет идеологическую функцию») и материально-культурный («музей классифицирует коллекции»), Янева пытается выйти за пределы каждого из них и показать в своей работе специфические границы организации выставок внутри определенной ситуации. «То, что я хочу рассказать, - пишет она, - это история того, как множество мелких операций создают музей». Далее она рассматривает организацию выставки как «квазинаучное» экспериментирование, полагая, что музей можно рассматривать как лабораторию, где гетерогенные акторы пытаются конструировать выставки, а с ними и музей как таковой.

---

<sup>34</sup> McLean, F. *Marketing the Museum*. Routledge, 1997. P. 30.

<sup>35</sup> Latour B. On actor-network theory: a few clarifications // *Soziale welt*. Vol. 4. № 47. 1996. P. 369-381.

<sup>36</sup> Yaneva A. When a bus met a museum: following artists, curators and workers in art installation // *Museum and Society*. 2003. V. 1. № 3. P. 116-131.

<sup>37</sup> Имеется в виду один из экспонатов в музее современного искусства города Парижа.

<sup>38</sup> Yaneva A. When a bus met a museum. P. 116.

Подход Яневой – это акторно-сетевая теория, примененная к выставкам. Даже не столько к музеям, сколько к отдельному кейсу по организации выставки. Поскольку автор ставит задачей «сделать тысячи бесконечной малых операций, которые делают музей возможным»<sup>39</sup>, то эта амбициозная цель вряд ли может быть разрешена в пределах целого музея: на это не хватило бы и целой жизни. Данный подход может быть применен, если нас интересует то, как постепенно некоторый объект превращается в произведение искусства (или объект науки), однако в то же время это может привести нас к фокусировке лишь на отдельных кейсах, которые будут отличаться весьма серьезно друг от друга.

Другая статья в рамках этнографии музея – это работа американских социологов Стар и Гризмера о музее зоологии позвоночных в Калифорнии<sup>40</sup>. Несмотря на то, что статья написана на историческом материале (в фокусе зоологический музей в Беркли на протяжении 1908-1939 годов), мы полагаем, ее можно в полной мере назвать этнографической, настолько подробна работа авторов с практиками и языком участников этого музея. В этой статье авторы исходят из проблемы кооперации в науке: они утверждают, что в ней трудно добиться консенсуса между разными акторами и социальными мирами, особенно если мы имеем дело со сложными институтами, как например, музей. Используя теоретические разработки французского социолога, одного из основателей акторно-сетевой теории Каллона, авторы дорабатывают его теорию, исходя из того, что каждый из социальных миров имеет своего представителя, который пытается объединить этот социальный мир и одновременно кооперировать с представителями других социальных миров. В результате получается пространство с несколькими измерениями, каждое из которых представляет собой социальный мир, действующий на основе каллоновской схемы заинтересовывания. Однако как договариваются между собой сами представители этих социальных миров? Для ответа на этот вопрос Стар и Гризмер вводят понятие пограничного объекта (boundary object), который «позволяет организовывать различные группы для совместной работы»<sup>41</sup>. Среди свойств пограничного объекта можно выделить интерпретативную гибкость, необходимую для того, чтобы один и тот же объект был общим для разных людей, понимающих его по-разному, и «материально-процессуальный» характер, когда объект становится таковым только в непосредственной практике разных социальных миров. Примерами пограничных объектов могут быть хранилища (в смысле пространства, в которых находятся вещи или документы, которые могут быть использованы разными людьми), например библиотеки или фонды музеев, а также «идеальные типы», разного рода абстракции, диаграммы, графики, карты,

---

<sup>39</sup> Ibid. P. 117.

<sup>40</sup> Star S. L., Griesemer J. R. Institutional ecology, translations' and boundary objects.

<sup>41</sup> Ibid. P. 603.

стандартизированные документы. Далее в своих статьях Стар развивает эту тему, показывая, что пограничным объектом может быть многое, если оно удовлетворяет приведенным выше условиям гибкости и организации работы группы без консенсуса, это могут быть и материальные объекты, и определенные выражения, и абстракции.

Наконец, третья работа, которую стоит отметить в этнографии музеев – это книга британского социолога Макдональд «За кулисами в научном музее»<sup>42</sup>. Автор провела несколько месяцев, исследуя работу научного музея в Лондоне в конце 1980-х годов. В результате получилась подробная этнография музея, где автор исследует то, каким образом создает новая экспозиция, соответствующая новой политике музея (и вообще новой культурной политике в Великобритании того времени). Автор закономерно критикует подходы, которые стремятся увидеть в музее проводника идеологии, политики национального государства, шовинизма, пропаганды и т.д., без тщательного исследования того, как «все обстоит на местах». Не то, чтобы эти подходы были неверны, однако существует мысль об их излишней претенциозности, и вызов «понять сложность процесса <конструирования науки> и найти способы исследования хаотичного процесса производства культурных продуктов»<sup>43</sup>. Поэтому она акцентирует внимание на том, какие предположения, повестки дня, требования участвуют в формировании экспозиции; каков более широкий культурный контекст, на фоне которого это происходит, наконец, какие акторы, главные и второстепенные, влияют на производство. Такое тщательное следование за актерами привело ее к интересным открытиям, например, парадоксальному результату, что изначальные интенции музейной команды по производству выставки, за которой она наблюдала, были отличны от того, что получилось в конце<sup>44</sup>.

Несмотря на то, что автор заявляет о том, что она опирается на акторно-сетевую теорию, влияние теории в данной работе незначительно. Автор обращается, скорее, к этнографии организаций, а также к антропологическим теориями, как например теория социальной драмы В. Тёрнера<sup>45</sup>, чтобы объяснить разного рода изменения в работе музея<sup>46</sup>. В общем и целом, работа имеет комплексный характер, хотя во многом неясны отношения между отдельными социальными группами внутри музея, а также то, какие общие вещи были важны для формирования экспозиции. При этом стоит отметить акцент автора на языке информантов, что дает возможность глубже погрузиться в их мир и их правила коммуникации.

---

<sup>42</sup> Macdonald S. Behind the scenes at the science museum.

<sup>43</sup> Ibid. P. 94

<sup>44</sup> Ibid. P. 250.

<sup>45</sup> Turner V. W. Dramas, fields, and metaphors: Symbolic action in human society. Cornell University Press, 1975

<sup>46</sup> Macdonald S. Behind the scenes at the science museum. P. 249.

Таким образом, несмотря на то, что все три автора занимаются этнографией музеев, их работы различаются подходами, фокусом, методологией, описанием, а также объектом, который они берут за основу.

В итоге, зарубежная социология во второй половине XX века начала развиваться бурными темпами и затрагивать все большее количество тем, связанных с различными аспектами деятельности музея. Если в 1960-1970-х гг. это было, в основном, исследование посетителей, а также роль музея в жизни городов, то в 1980-2010-х гг., благодаря повороту к культуре и фуколдианскому наследию, стали затрагиваться вопросы телесности, феноменологии восприятия, либерального управления, конструирования идентичности и т.д. В 1990-е годы стали появляться исследования, использующие этнографический метод для анализа деятельности внутри музея.

### 1.1.2. Отечественная социология музеев

Отечественная социология музеев, если судить по современным работам, находится еще на стадии зарождения<sup>47</sup>. Нам удалось обнаружить не более 10-15 работ, связанных именно с социологическим исследованием музеев в ведущих социологических журналах и региональных вестниках<sup>48</sup>. В данной части работы представлен анализ наиболее важных из них.

Статья Б. Дубина «Архив и высказывание. К социологии музея в современной России» предлагает два переходящих друг в друга вида экспозиций внутри музея, и также разные виды отношений, разные виды репрезентации и соучастия в некотором символическом отражении общего опыта и идентичности<sup>49</sup>. Опираясь на Дж. Агамбена, автор предлагает определенные темы, которые, на его взгляд, будут актуальны для российских современных музеев: это темы тоталитарного и посттоталитарного советского опыта существования в России. Автор полагает, что зритель здесь может быть *свидетелем* – понятие, которое он берет у Агамбена, – то есть «со-участником» символической репрезентации коллективной и индивидуальной идентичности. Данную статью, скорее, можно отнести к философии музеев, нежели к социологии, поскольку конкретного теоретического или практического проекта здесь не предлагается.

---

<sup>47</sup> Отметим, что мы не рассматривали довольно богатую советскую традицию в исследовании музеев и посетителей в силу отсутствия места.

<sup>48</sup> Мы не претендуем на всеохватность данного анализа, имея также в виду, что трудно отделить работы в социологии музеев от музееведческих, культурологических и философских работ.

<sup>49</sup> Дубин Б. В. Архив и высказывание. К социологии музея в современной России // Вестник общественного мнения: Данные. Анализ. Дискуссии. 2011. Т. 109. № 3. С. 106-109.

Ряд статей касаются отношения музеев и публики, написаны в философском ключе и опираются на западные концепции. Сюда можно отнести Работы О. В. Беззубовой. В статье «Проблема репрезентации «национального» в современном этнографическом музее» автор пытается ответить на вопрос, может ли «актуальный дискурс «национального» быть репрезентирован в этнографическом музее»<sup>50</sup>. Актуальность здесь особенно важна, потому что многие задачи, которые решаются этнографическими музеями, были поставлены век назад. Может ли сегодня этнографический музей воплощать идею «национального»? Автор обращается к некоторому повседневному восприятию музея у публики (указывая, что РЭМ посещают 105350 человек, а МАЭ - около полумиллиона человек в год)<sup>51</sup>, затем к тому, как музей представлен в путеводителе «Афиша». Это сведения важны, поскольку, на взгляд автора, отечественное музееведение всегда стояло на патерналистских позициях по отношению к посетителю, которого нужно было обучать и воспитывать. Это привело к тому, что в современной индустрии культуры и досуга место этнографических музеев проблематично<sup>52</sup>. Основную проблему в деятельности музеев автор видит в патерналистской модели: она пытается показать, что известные зарубежные этнографические музеи (Скансен в Швеции или Музей на набережной Бранли, которые ежегодно посещают более миллиона человек) отказались от патернализма, и поэтому их стало посещать больше посетителей. Хотя дело не только в патернализме, но и в том, что эти музеи удачно решают проблему транснациональной репрезентации идентичности. В свете этого сам дискурс национального, по мнению автора, в последнее время утрачивает главенствующие позиции.

В итоге автор замечает, что существование этнографического музея как выразителя идеи «национального» зависит от способности общества и государства артикулировать смыслы понятия «нация». Иначе говоря, пока общество и государство не выработают нужные понятия нации, музей не сможет их реализовать.

В целом можно отметить, что статья Беззубовой, ставя одни вопросы, отвечает на другие: пытаясь понять, какой дискурс дает возможность существованию экспозиций, она смещается на объяснение того, почему этнографический музей сегодня не востребован обществом. И объясняет это отсутствием выработанных обществом и государством смыслов. Таким образом, во-первых, музей смещается в зону только транслятора идей и идеологии, а не их создателя или активного участника. Во-вторых, позиция автор по поводу «национального» не определена. В-третьих, автор ограничивает музейную работу только посетителями и только патерналистской моделью, что не верно: российские этнографические музеи сотрудничают с

---

<sup>50</sup> Беззубова Проблема репрезентации «национального» в современном этнографическом музее // Вопросы музеологии. 2010. №. 1. С. 3.

<sup>51</sup> Данные 2010 года.

<sup>52</sup> Там же. С. 6.



большим количеством других аудиторий (коллекционеры, ученые, дизайнеры, народные умельцы, врачи, этнические организации).

Статья Беззубовой «Современный музей как инстанция дискурса «национального»» отмечает: «...поэтому столь важным становится вопрос о том, какие смыслы может выразить современный музей посредством музейного предмета в условиях, когда такие «позитивные» общности, как этнос, нация, государство, существование которых поддерживалось всей системой социальных наук конца XIX – начала XX веков поставлены под сомнение»<sup>53</sup>. В этом смысле самое название статьи выглядит иронично: если нация как дискурсивная система поставлена под сомнение, каким образом музей может быть дискурсом социального? Автор отвечает, что на примере «Транскультурной галереи»<sup>54</sup> мы видим, как музеи начинают выражать новые смыслы, то есть смысл постнационального состояния. Однако, во-первых, автор ссылается только на иностранные источники. Относительно отечественного опыта она отмечает, что были споры относительно вопросов этнического самосознания в 1980-е годы, и В. А. Дмитриев предложил рассматривать нации сквозь призму их уникального самосознания и использовать их автостереотипы для инклюзивной репрезентации. Значит ли это, что понятие нации (точнее, народа) было переосмыслено? Есть основания полагать, что нет, тем более, что сам Дмитриев через 30 лет напишет, что РЭМ должен стать национальным («суперэтническим») российским музеем<sup>55</sup>.

В заключении автор пишет: «... опыт Транскультурной галереи позволяет по-новому поставить вопрос об отношении музея и публики, и роли музея в формировании идентичности человека в современном обществе»<sup>56</sup>. Получается, что автор связывает смыслы, продуцируемые музеем, с отношением с публикой и формированием идентичности. Но в предыдущей статье она, наоборот, отмечала, что именно публика и государство формируют смыслы, а музей их транслирует. В данной же статье музей представлен более активно, как пространство памяти, воображения, перформатив идентичности и аффектов. Используя это, музей должен иначе производить смыслы, например, привлекая мигрантов, для построения постнациональной идентичности. Однако анализ только западных концепций и статей оборачивается для автора неудачей: все же, если следовать Фуко, в России есть свои диспозитивы, на которые нужно ориентироваться. И никак нельзя лишать музей не только его перформативной функции, но и автономии, даже в самые суровые идеологические годы (1930-

---

<sup>53</sup> Беззубова О. В. Современный музей как инстанция дискурса «национального» // Вопросы музеологии. 2011. № 2. С. 20.

<sup>54</sup> Одного из проектов в «Картрайт Холле», Западном Йоркшире, в Великобритании.

<sup>55</sup> Дмитриев В. А., Грусман В. М. Этнографический отдел Русского музея и концепция национального музея // Музей. Традиции. Этничность. 2012. № 1. С. 15.

<sup>56</sup> Там же. С. 28.

40е гг.) музей не был полностью подконтролен государству в силу его научной природы и в силу особенности его коллекций (достаточно вспомнить неудачное сравнение отсталой царской России и с новой советской в РЭМ: последняя значительно проигрывала по красоте и мастерству «старым» вещам<sup>57</sup>).

По-другому строят свою работу Е. А. Батюта, С. Ю. Каменский и С. А. Рамзин. В статье «Музейная антропология: конструирование идентичности посетителя во взаимодействии с новым музеем» анализируется отношение между музеем и предполагаемой самоидентификацией посетителя. Авторы отталкиваются от своего понимания посетителя как члена поколения, живущего в информационную эпоху, и потому находящегося постоянно в поисках своей идентичности, и сталкивающегося только с симулякрами этой идентичности. Они полагают, что современный музей испытывает недостаток внимания посетителей именно потому, что последние не находят в нем своих переживаний: «При этом даже при наличии свободного времени и потребности посетителя в привлекательном культурном продукте, со стороны музеев предложение ограничено. Эта проблема связана с закрытостью музея, работающего преимущественно в режиме монолога. Тематика выставок задается не зрителями, а музейными специалистами и часто не соответствует запросам посетителя, не связана с его жизнью и увлечениями, волнующими его проблемами»<sup>58</sup>. Кроме того, посетитель не находит себя в музее, потому что для него чужды используемые в музее «нерабочие ракурсы»<sup>59</sup>. На наш взгляд, проблема статьи состоит в том, что в первой части авторы прибегают к замудренному философскому анализу в стиле Ж. Бодрийяра и Ж. Литоара, не имеющему, в общем, конкретных референтов. Вторая часть статьи более эмпирическая, хотя и направлена на рекламу собственного подхода одного из авторов. Несмотря на это, статья имеет интересные мысли, связанные с непопулярностью музея у широкой публики.

Часть статей, связанных с социологии музеев в России, касаются эмпирических исследований посетителей, их авторы чаще всего – музейные социологи. В статье «Динамика посещаемости художественных музеев (1985 - 2006)» авторы, научные сотрудники ведущих российских музеев В. Н. Козиев и Л. Я. Петрунина, ставят целью «проанализировать, каким образом «перестройка» и последующие социально-экономические изменения в обществе повлияли на уровень востребованности культурных ценностей»<sup>60</sup>. Отмечая падение посещаемости в 1990-е годы (в два, а то и в десятки раз по сравнению с 1980-ми) авторы

---

<sup>57</sup> См. Баранов Д. А. Этнографический музей и «рационализация системы» // Этнографическое обозрение. 2010. №. 4. С. 26-43.

<sup>58</sup> Е. А. Батюта, С. Ю. Каменский, С. А. Рамзин Музейная антропология: конструирование идентичности посетителя во взаимодействии с новым музеем // Вестник Гуманитарного университета. 2014. № 1 (4). С. 181.

<sup>59</sup> Там же. С. 181.

<sup>60</sup> Козиев В. Н., Петрунина Л. Я. Динамика посещаемости художественных музеев (1985-2006) // Социологические исследования. 2008. №. 10. С. 104

задаются вопросом, от чего зависят колебания посещаемости? И выдвигают четыре основных фактора: социально-экономическая ситуация, общественные настроения публики, управленческие решения и выставочная политика музея и его деятельность. Анализируя данные посещаемости, экскурсионной и лекционной деятельности в крупнейших художественных музеях: Эрмитаже, Русском музее, Третьяковской Галерее, ГМИИ им. Пушкина, Саратовском и Ярославском художественных музеях, авторы приходят к выводу, что нестабильные периоды не влияют напрямую на посещаемость, речь идет о других зависимостях. Прежде всего, это политические факторы, такие как «культурное строительство»: «В Советском Союзе музей выполнял политически акцентированную культурно-просветительскую работу и был встроен в громадную идеологическую машину»<sup>61</sup>. Разрушение этой машины привело и к падению финансирования и посещаемости, поскольку посетитель теперь сам должен был оплачивать поход в музей (раньше за многих это делали профсоюзы). Особенно стоит отметить, что авторы подчеркивают роль такого аспекта, как «способность <музея> привлечь к своей работе широкий круг друзей музея, спонсоров, в той или иной степени включенных в сферы его интересов»<sup>62</sup>. Среди недостатков данной работы можно отметить то, что авторы не уделяют внимание самим музеям, их выбору в выставочной или иной деятельности, чем они руководствовались в том или ином решении. Кроме того, не показана роль дизайна выставок, их наполнения, в то время как содержание затронуто только по касательной.

Статья Петруниной «Два лица одного музея. «Ночь музеев» в Третьяковской галерее» анализирует состав посетителей данного мероприятия в данном музее. Автор анализирует гендерный, профессиональный состав, образование, мотивацию пришедшей публики, чтобы составить два портрета, пришедшего в «старую» Третьяковскую Галерею в Лаврушинском переулке и в «новую» на Крымском Валу. Несмотря на эти измерения, многие объяснения в статье носят поверхностный характер с непонятными причинами, такими как расслоение общества и уничтожение оборонного комплекса<sup>63</sup>. В остальном статья носит характер эмпирического социологического исследования.

Другой ряд статей посвящен анализу музея как социального института. Статья «Частные коллекции, меценатство, музеи» Н. Петровой анализирует «социокультурную функцию частных собраний» и исследует «социодинамику музеев, меценатства и крупных

---

<sup>61</sup> Там же. С. 111

<sup>62</sup> Там же. С. 113.

<sup>63</sup> Петрунина Л. Я. Два лица одного музея: «Ночь музеев» в Третьяковской галерее // Социологические исследования. 2014. № 1. С. 63.

частных собраний на территории Саратовской области»<sup>64</sup>. В общем, социологическая часть статьи сводится к рассуждению о роли социологии в музейном деле. Сама статья никак не применяет ни социологический метод, ни какую-либо из известных теорий, которые автор предлагает изучать музейным сотрудникам. Автор пытается также построить теоретическую модель рождения музея из меценатства.

Статья А. М. Акулича «Музей как социальный институт» пытается проанализировать музей сквозь призму институционального подхода<sup>65</sup>. При этом автор ограничивается только перечислением разных видов данного подхода, а также определений и функций музеев, которые подпадают под этот подход. Согласно его взгляду, музей представляет собой социальный институт, который удовлетворяет потребности людей (общества) в накоплении и сохранении информации о прошлом, а также о главных ценностях. Статья не касается никаких исторических моментов развития музейного дела в России, а также не пытается анализировать конкретные примеры, в основном она сводится к повторению одних и тех же формул о функциях музея в обществе. Тем более автор не видит за функциями ни конкретных действующих людей, ни особенные экспонаты, которые играют какую-то роль в музее.

Статья А. А. Чернеги «Проблемы и перспективы институционализации музея в Российском обществе на современном этапе» продолжает вслед за Акуличем рассматривать музей как социальный институт, выполняющий в обществе множество функций. Анализируя эмпирический материал, полученный из опроса пятидесяти школьников и студентов, нескольких интервью и бесед с экспертами по музею, автор говорит о внутренней («отсутствие должных коммуникативных практик между различными типами музейных работников») и внешней («неразвитость связей музея с широкой общественностью»<sup>66</sup>) закрытости музея. Также отмечается, что многие музеи не применяют новые принципы работы с посетителями, «активизирующие их познавательные, рекреационные, коммуникативные способности в процессе потребления музейных услуг»<sup>67</sup>. Автор видит преодоление этих проблем в переходе к парадигме со-участия и со-творчества. Недостатком работы можно отметить неясность, как автор использует структурный функционализм и тем более теорию систем Н. Лумана.

Б. Гладарев и Ж. Цинман в статье «Дом школа, врачи, музеи: потребительские практики среднего класса» пишут о том, что посещение музея является одной из составляющих культурных практик потребления, и что представители среднего класса еженедельно

---

<sup>64</sup>Петрова Н. Ф. Частные коллекции, меценатство, музеи (социокультурологический анализ) // Социологические исследования. 1996. № 7. С. 68.

<sup>65</sup>Акулич А. Е. Музей как социокультурное явление // Социологические исследования. 2004. № 10. С. 89 – 92.

<sup>66</sup>Чернега А. А. Проблемы и перспективы институционализации музея в Российском обществе на современном этапе // Вестник Пермского Университета. Философия. Психология. Социология. 2013. № 1. С. 193.

<sup>67</sup>Там же. С. 194.

посещают музеи, театры или иные подобные заведения<sup>68</sup>. Однако небольшая часть параграфа не позволяет отнести работу к социологии музеев, хотя рассмотрение похода музей как потребительской практики весьма любопытно.

Таким образом, в небогатом поле отечественной социологии музеев можно выделить следующие направления: во-первых, это философские работы, такие как работа Дубина, не предполагающие конкретного проекта, но связанные скорее с размышлениями маститого автора. Во-вторых, это ряд работ, анализирующих отношение между музеем и публикой и концептуализирующих музей как определенную культурную форму (дискурсивную формацию), которая отражает или создает определенное коммуникативное пространство. При этом авторы выступают за то, чтобы это пространство расширялось и включало в себя новые идентичности (транснациональные у Беззубовой) и опыт посетителей (статья Батюты, Каменского и Рамзина). В-третьих, это статьи по результатам эмпирических исследований, как например статьи Козиева и Петруниной, в которых излагаются основные паттерны посещения музея. В-четвертых, это «институциональные» работы, которые являются таковыми, скорее, по самоназванию, поскольку какой-то внятной эмпирической или теоретической программы они не предлагают. Наконец, есть некоторые работы, затрагивающие музей периферийно, как например статья Гладарева и Цинман о практиках среднего класса. Нужно отметить, что ни одно из этих направлений не нацелено на исследование внутреннего мира музея ни социологическими, ни этнографическими методами. Музей представлен в этих работах как *sui generis* (кроме работ Беззубовой), без понимания внутренних смыслов, практик и стратегий музейных сотрудников внутри музеев. Многие из отечественных исследований повторяют ошибки зарубежных авторов, видя в музее некоторый фетишизированный объект (институт, пространство), выполняющий определенные функции (чаще всего сохранения наследия и просвещения) и словно бы навеки прикрепленный к некоторому обществу. Крайне мало работ написано в ключе критики идеологии, многие из них скорее согласны с тем и, более того, ставят себе целью убедить читателя, что музеи это благо для общества, не пытаясь проанализировать, как конкретно музеи конструируют образы прошлого, этноса, нации, технологии и т.д. Без такого анализа, как нам видется, социология музеев будет находиться все еще в мертвой точке, не способная выбраться ни из трясины старого структурно-функционалистского подхода музеологов, ни из когтей зарубежных исследователей, анализирующих собственные музейные диспозитивы.

---

<sup>68</sup>Гладарев Б., Цинман Ж. Дом, школа, врачи и музеи: потребительские практики среднего класса //Новый быт в современной России: гендерные исследования повседневности. СПб., 2009. С. 212.

## 1.2. Теоретические основания производства культуры в этнографическом музее

### 1.2.1. Подход производства культуры и его критика

В критике каждой из представленных выше работ мы исходили из того, с одной стороны, о чем в работе не было сказано специфично для нее, и, с другой стороны, мы пытались показать некоторое парадигмальное упущение. Данные работы не затрагивают внутренние музейные смыслы, практики и коммуникации, с помощью которых сами «продукты» музея: выставки, экспозиции, каталоги и т.д., собираются, классифицируются, организуются, а также знания и образы, которые в них содержатся, транслируются в общество. В данном параграфе мы исправим это упущение, используя теоретический аппарат, который еще не был применен для анализа музеев.

Мы будем исходить из направления, которое получило в литературе название *производство культуры*. Его общий вектор был задан в 1970-е годы работами Р. Петерсона и П. Хирша<sup>69</sup>. Петерсон предложил использовать подход, разработанный в индустриальной социологии, для области культуры и анализировать каким образом производятся культурные объекты (музыкальные произведения, новости, научные статьи и т.д.)<sup>70</sup>. Он выделил основные структурные компоненты процесса производства, параллельные «материальному» производству: изобретение, внедрение, производство, распространение, маркетинг и т.д., а также шесть аспектов (facets), которые, по его мнению, определяют этот процесс: право, технологии, структура производящей отрасли, организационная структура, карьеры производителей и рынок<sup>71</sup>. Работа Петерсона породила новую традицию в социологии культуры и привела к появлению множества исследований, которые анализируют популярную музыку, науку, (современное) искусство, литературу в контексте их создания и продвижения<sup>72</sup>. В 1980-1990-е гг. у данного направления появилось множество ответвлений: возникли исследователи, которые акцентировали свое внимание на организационных и управленческих аспектах, и другие, кто фокусировался на самих культурных объектах, исследуя их с позиций культуральных исследований (cultural studies). Наконец, такие исследователи как британский социолог Д. Хезмондалш применяют подход политической экономики для исследования

---

<sup>69</sup> Peterson R. A. The Production of Culture A Prolegomenon // American Behavioral Scientist. 1976. V. 19. №. 6. P. 669-684; Hirsch P. M. Processing fads and fashions: An organization-set analysis of cultural industry systems // American journal of sociology. 1972. Vol. 77. No. 4. P. 639-659.

<sup>70</sup> О культурных объектах смотрите следующий параграф.

<sup>71</sup> Peterson R. A., Anand N. The production of culture perspective.

<sup>72</sup> DiMaggio P. The production of scientific change: Richard Peterson and the institutional turn in cultural sociology // Poetics. 2000. V. 28. №. 2. P. 107-136.

культурных индустрий, подчеркивая то, каким образом последние влияют на распределение власти, появление неравенства или социальной справедливости<sup>73</sup>. Однако общим знаменателем остается понимание того, что в современном обществе культура создается определенными профессиональными кругами, социальными мирами и специальными институтами. Поэтому для понимания особенностей существования культуры сегодня возникает необходимость анализа процесса анализа ее производства, и и соответствующего потребления<sup>74</sup>.

Недостатком работ о производстве культуры, начиная с Петерсона, является то, что они изначально исходят из определенных аспектов, влияющих на то, каким образом создаются культурные объекты, будь то рынок, карьеры, классовые различия или организационная структура. Кроме того, эти подходы акцентирует внимание на внешних условиях создания культурных объектов, в то время как из виду упускается сам процесс такого создания, его организационная микрополитика<sup>75</sup>, а также смыслы, коммуникации, события, которые приводят к созданию культурных объектов. Другим недостатком, отмеченным критиками, выступает то, что в подходе производства культуры упускается сама культура, и все виды культурных объектов (новости, фильмы, музыка, выставки, события) приравнены друг к другу<sup>76</sup>.

Одно из важнейших ответвлений подхода производства культуры, которое породило самостоятельную область исследований, стал подход культурных индустрий (cultural industries). Изобретение термина приписывают франкфуртским философам Т. Адорно и М. Хоркхаймеру, которые в своей книге «Диалектика просвещения» отмечали, что современная (им) культура все больше превращается в средство массового развлечения и пропаганды элитарных идей. В своей книге они также отмечали, что сама культура создается крупными корпорациями, защищающими буржуазные интересы своих собственников (чаще всего – крупных магнатов)<sup>77</sup>. В 1970-80е годы Адорно и Хоркхаймер были раскритикованы следующим поколением исследователей за упрощение действительности культурных индустрий. Французский социолог Б. Мьеж отмечал, что Адорно и Хоркхаймер не придавали значения технологиям, играющим огромную роль в художественной практике, и проблемам и ограничениям, которые лежат в основе производства культуры; наконец, Мьеж критиковал

---

<sup>73</sup> Hesmondhalgh D., Saha A. Race, ethnicity and cultural production // Popular communication: The international Journal of Media and Culture. V. 11. № 3. P. 179 – 195.

<sup>74</sup> Williams R. Keywords: A Vocabulary of Culture and Society. New York: Oxford Univ. Press. 1976. P. 76-82.

<sup>75</sup> Burns T. Micropolitics: Mechanisms of institutional change // Administrative Science Quarterly. 1961. Vol. 6. No 3. P. 257-281.

<sup>76</sup> Фархатдинов Н. Социология искусства без искусства. Индустриальная метафора в социологических исследованиях искусства // Социологическое обозрение. 2008. Т. 7. №. 3. С. 55-69.

<sup>77</sup> Хоркхаймер М., Адорно Т. Культуриндустрия. Просвещение как обман масс \ Они же Диалектика просвещения. Философские фрагменты. СПб., 1997. С. 149 – 210.

франкфуртцев за неспособность увидеть сложную сеть отношений между разными акторами, которая опосредует создание культуры<sup>78</sup>. Уже упомянутый Хезмондалш, используя подход политической экономии культуры, отмечает, что культурные индустрии рассматривались в этот период в двух ответвлениях политической экономии. Североамериканская (Г. Шиллер, Н. Хомский, Р. Макчесни) полемически обвиняет бизнес в аккумуляции ресурсов и монополизации культурного производства, и континентальная (Н. Гарман, Р. Уильямс), которая подчеркивает сложности и проблемы, сопутствующие производству культуры: высокие риски, неконтролируемость креативности, роль технологий, большая важность этапа распространения<sup>79</sup>.

Подход культурных индустрий позволил создать общую теорию о том, как создаются культурные блага в крупных профессиональных корпорациях, и какие проблемы и преимущества сопровождают этот процесс. Политэкономический подход концентрирует внимание на собственности, рисках, бизнес-стратегиях, а также технологиях, неравенстве распределения доходов в культурных индустриях. В то же время главной задачей подхода является рассмотрение того, как политические, экономические, технологические и социальные факторы влияют на деятельность культурных индустрий. Особое место отводится в подходе внутренним процессам производства и отношениям между разными этапами (производство, распространение, потребления), группами (культурные производители, маркетологи, собственники компаний, потребители), интересами (реализация против получения прибыли). Данное направление задает взгляд на культуру как на объект производства, которое происходит в определенном сложном контексте и сопровождается противоречивыми процессами. Исследование среды такого производства, то есть самой культурной индустрии – это и есть цель исследования культуры.

Недостатком направления стоит отметить то, что не все культурные институты могут быть плодотворно изучены с его помощью. В своей книге «Культурные индустрии» Хезмондалш говорит о том, что он затрагивает лишь некоторые культурные индустрии: производство новостей, рекламы, музыки, фильмов, электронных текстов, но не включает в свой анализ деятельность музеев, театров, выставок, самодеятельных культурных форм, цирков, концертов и т.д. Он даже называет их «периферийными» культурными индустриями<sup>80</sup>. Действительно, по сравнению с телевидением, радио, рекламой, деятельность подобных культурных институтов носит не столь массовый характер. Но в то же время эти культурные индустрии имеют большое влияние на общество и во многом играли важнейшую роль в

---

<sup>78</sup> Hesmondhalgh D. Cultural and Creative industries // Bennett T., Frow J. (eds) Handbook of Cultural Analysis. Oxford and Malden, MA: Blackwell. 2008. P. 553.

<sup>79</sup> Там же, с. 554.

<sup>80</sup> Хезмондалш Д. Культурны индустрии. М., 2014. С. 29 - 30.



государственной внутренней и внешней политике<sup>81</sup>. Например, этнографические музеи сыграли огромную роль в институционализации и распространении этнографического знания, а вместе с тем – имперского, национального и колониального дискурсов<sup>82</sup>. Исторические музеи в конце XIX – начале XX века сформировали современное представление об предысторических эпохах, об эволюции и этапах становления человека<sup>83</sup>. Не будучи крупными культурными индустриями, музеи оказали огромное влияние на становление самосознания и формирования национальной идентичности множества стран постколониального периода<sup>84</sup>. Поэтому считать их деятельность неважной неверно, но в то же время нельзя не заметить разницу между их производством культуры и производством культуры на телевидении, радио и кинематографии.

Укажем на некоторые специфичные черты музея как культурной индустрии. Во-первых, музеи не совсем являются массовыми в том смысле, который используется для характеристики современных медиа: в силу того, что музей ограничен в пространстве (зданием или парком), его посещение затруднено необходимостью поездок и доступом к нему. Во-вторых, для музейной выставки требуется непосредственное физическое присутствие посетителя, чтобы он смог «по-настоящему» соприкоснуться с произведениями искусства или артефактами прошлого и других культур. В-третьих, в экспонировании музей опирается на оригинальные вещи, собранные в прошлом или настоящем (за исключением фотографических и виртуальных выставок), которые предполагают жесткое регулирование в сфере права, безопасности и транспортировки. В отличие от виртуальных образов и цифровых форматов вещи в музее не могут быть перемещены или скопированы с той же легкостью. В-четвертых, музей почти всегда предполагает сложное экспертное знание и высокую компетенцию сотрудников, а это значит: опору на образовательные и научные институты для их воспроизводства. В-пятых, в музее больше, чем в других культурных индустриях, сохраняется ориентация на образование и просвещение, берущая начало в эпохе просвещения. Поэтому, например, дети и школьники – социальные слои, требующие социализации и воспитания, – являются здесь наиболее релевантной аудиторией<sup>85</sup>. В-шестых, музеи выступают как особые профессиональные некоммерческие организации, которые склонны к критике рыночных

---

<sup>81</sup> Bennett T. The birth of museum.

<sup>82</sup> Cvetkovski R., Hofmaister A. (eds.) An Empire of Others: creating ethnographic knowledge in imperial Russia and the USSR. CEU Press, 2014. Ch. 1-2.

<sup>83</sup> Bennett T. Past beyond memory.

<sup>84</sup> Андерсон Б. Воображаемые сообщества. М., 2001.

<sup>85</sup> Kelly C. Learning about the Nation: Ethnographic Representations of Children, Representations of Ethnography for Children // Cvetkovski R., Hofmaister A. (eds.) An Empire of Others: creating ethnographic knowledge in imperial Russia and the USSR. CEU Press, 2014. P. 253 – 281.

отношений и формированию особого этоса и деонтологии, которые ориентированы на более «высокие» цели<sup>86</sup>.

При этих выделенных отличиях, тем не менее, музеи могут быть названы культурными индустриями (периферийными или нет), поскольку они ориентированы на массовую публику, занимаются созданием культурных объектов в больших количествах (более 40 выставок в год, десятки и сотни научных статей, монографий и каталогов), в их основе лежит креативный труд музейных сотрудников.

Сохраняя первоначальный импульс рассмотрения культуры в процессе производства, австралийский исследователь Тони Беннет формулирует собственный подход. Фокусируясь на исследованиях музеев и культурных практик британской колонизации, Беннет предлагает рассматривать процесс создания культурных объектов как отдельный, исторически-сложившийся, сложный процесс конструирования специфичных отношений между особыми культурными знаниями и практиками в культурных институтах<sup>87</sup>. Такой процесс предполагает, что культурный институт совершает работу по классификации, кодификации и дифференциации культуры, что приводит к созданию культурных объектов – специфических отношений между объектами и процессами, организованными определенным образом. В основе этого процесса лежат особые культурные знания, которые собирают объекты и придают им новые особенности, а также характер «культурности»<sup>88</sup>. Преимуществами этого взгляда является то, что он акцентирует внимание на специфичности культурного продукта (в отличие от подхода культурных индустрий, которые предполагают общий производственный процесс), уделяет внимание внутренним практикам классификации и организации объектов, культурным знаниям по их собиранию и процессу такого собирания, которые приводят к возникновению новых качеств. Более того, подход Беннета предполагает также рассмотрение дальнейшего взаимодействия культурных объектов с объектами «социальными» (населением, публикой, гражданами), в результате чего, по мнению Беннета, образуются «социальные поверхности» (*working surface of the social*), имеющие свой, автономный, характер<sup>89</sup>. Тем самым Беннет преодолевает границу между теориями культурного производства и культурного потребления. Первые полагают, что в основе культуры лежит именно аспект ее создания, другие выдвигают гипотезы, что именно потребление и поведение аудитории является главным в культуре и искусстве<sup>90</sup>. Беннет же показывает, что в основе производства

---

<sup>86</sup> DiMaggio P., Anheier H. The sociology of nonprofit organizations and sectors // *Annual review of sociology*. 1990. Vol. 16. P. 137-159.

<sup>87</sup> Bennett T. The work of culture. P. 36.

<sup>88</sup> Ibid. P. 37.

<sup>89</sup> Ibid. P. 39.

<sup>90</sup> DiMaggio P. Classification in art // *American sociological review*. 1987. Vol. 52. No 4. P. 441.

культуры лежит логика управления социальными ансамблями отношений с помощью культурных объектов.

Подход Беннета носит ярко-выраженный реляционный характер. Для него культурный объект – это, прежде всего, сведенные вместе различные элементы, между которыми установились определенные отношения. Следуя этому подходу, необходимо описать этапы соотнесения элементов между собой, и процессы, с помощью которых это происходит. И далее нужно показать, как эти сконструированные культурные объекты входят во взаимодействие с разными социальными формами. Только в этом случае образуется особое пространство, которое начинает обладать относительной автономией от других пространств. Однако, разумеется, само пространство может быть разрушено, если оно лишится важнейших элементов, или, по выражению британского исследователя Джона Ло, оно потеряет устойчивое ядро отношений<sup>91</sup>.

Таким образом, Беннет предлагает более нюансированный подход: мы рассматриваем культурную индустрию не как завод по производству культурных объектов, а скорее как лабораторию, которая аккуратно работает с объектами извне и с помощью знаний и навыков особой профессиональной группы (этнографы, историки, зоологи) создает на их основе новые культурные сущности<sup>92</sup>.

У подхода Беннета, который нам кажется более перспективным, чем обозначенные выше, есть, тем не менее, ряд недостатков. Первый: Беннетт призывает исследовать создание «социальных поверхностей» исторически, поскольку, согласно его видению, процессы культурного и социального производства имеют долгий срок существования и для понимания их взаимодействия необходим исторический взгляд<sup>93</sup>. Во-вторых, Беннетт увязывает культурную деятельность с теорией либерального управления (*governmentality*), выдвинутой Фуко, и стремится показать, как культурные объекты используются государством для создания послушного и цивилизованного населения. Особенно это ярко проявляется, на его взгляд, в связи с появлением музеев и Всемирных выставок в XIX веке, с помощью которых государства стремились превратить необузданную толпу в законопослушных граждан через создание новых способов смотреть, вести себя на публике и воображать<sup>94</sup>. Этот подход концентрируется только на роли государства, что оправдано в контексте колонизаторской деятельности.

---

<sup>91</sup> Вахштайн В. Джон Ло: социология между семиотикой и топологией // Социологическое обозрение. – 2006. – Т. 5. – №. 1. – С. 25-30.

<sup>92</sup> Bennett T. Civic laboratories: museums, cultural objecthood and the governance of the social // Cultural Studies. 2005. V. 19. №. 5. P. 521-547.

<sup>93</sup> Bennet T. The work of culture. P. 45.

<sup>94</sup> Bennett T. The birth of the museum: History, theory, politics. Routledge, 2013.

В первом случае мы полагаем, что история важна для нас как отправная точка для понимания современной деятельности музеев: сейчас музеи (особенно этнографические) – это институты, которые во много сохранили определенные присущие им устойчивые культурные традиции, которые берут начало в середине-конце XIX века. Однако только исторической зарисовки было бы мало, потому что за ней мы упустили бы те современные взаимодействия внутри музея, которые создают особые, этнографические, культурные объекты (и знания). Поэтому мы хотим дополнить подход Беннета исследованием современности. Что касается второго пункта, то мы не будем исходить из позиции либерального управления Фуко. Беннетт использует этот подход, в том числе, чтобы показать полезность культуры, что культура в той же мере может быть использована государством для разных целей (прежде всего, цивилизации населения)<sup>95</sup>. Мы же хотим высветить не аспект участия музея в управлении населением, а институциональный уровень музея, точнее – музейного мира, и показать, как собираемые в музеях культурные объекты представляют собой своеобразный вариант квази-объектов в терминологии французского философа Мишеля Серра, которые конструируют intersubjectивность участников музейного мира, создают им идентичности и вовлекают в общее пространство музейной этнографии<sup>96</sup>. Проследить взаимосвязь собираемых культурных объектов и музейного мира, в рамках которого это происходит – вот наша цель.

Теперь, после того, как мы обрисовали общую теоретическую рамку данной работы, мы обратимся напоследок к понятию культурного объекта, и обрисуем его концептуализацию, которая будет использована нами в исследовании.

### 1.2.2. Модель производства культурных объектов в этнографическом музее

Если мы ставим себе целью проследить взаимосвязь между создаваемыми объектами и той средой, в которой происходит это создание, то, поскольку мы имеем дело с культурной индустрией (пусть даже и такой специфической, как музей), необходимо обратиться к понятию культурного объекта. Данное понятие получило различные концептуализации в социологии культуры и, особенно, в подходе культурного производства. Мы предложим критику наиболее ярких из них.

Один из основателей подхода культурных индустрий П. Хирш отмечает, что особенностью культурных объектов является преобладание «эстетической» функции над

---

<sup>95</sup> Bennett T., Hay J. Interview with Tony Bennett, November 22, 2012 // *Communication and Critical/Cultural Studies*. 2013. Vol. 10. No. 1. P. 98-123.

<sup>96</sup> Serres M. *Theory of the Quasi-Object* // Serres M. *The Parasite* // The Johns Hopkins University Press. 1982. P. 224 – 234.

утилитарной, которая заключается в придании ценности нематериальным аспектам объектов, предназначенных для широкой аудитории<sup>97</sup>. Фильмы, книги, музыкальные записи, представления – все они являются культурными объектами, поскольку для людей, которые к ним обращаются, они важны, прежде всего, как совокупность идей, образов, символов. Для Хирша важны три составляющие культурного объекта: нематериальность, широта охвата и эстетическая ценность. Такие критерии подходят для поверхностного отделения культурных объектов от всех остальных, но даже в этом случае граница будет не совсем ясной (например, музейная выставка состоит из экспонатов, чья материальность важна для публики, или как показывает исследование социолога культуры Э. Свидлер, люди часто черпают из фильмов и книг способы поведения и мышления, значит ли, что они используют их утилитарно?<sup>98</sup>). Широта охвата также не совсем надежный признак для выявления культурного объекта, поскольку известно, что разные виды культурных объектов находят свой отклик у разных социальных групп<sup>99</sup>.

Экономист культуры Д. Тросби предлагает более гибкий подход к определению культурного объекта (и лежащей в его основании культурной ценности). Он выделяет шесть составляющих культурной ценности: а) эстетическая ценность; б) «духовная» ценность (сакральный, религиозный характер, общечеловеческие ценности); в) идентификационная ценность (потребление – важная часть социализации); г) историческая ценность (важность объекта как того, что указывает на прошлое и мобилизует память); д) символическая ценность (культурный объект – это хранитель и транслятор значений); е) аутентичность (уникальность и подлинность культурного продукта)<sup>100</sup>. Как отмечает отечественная исследовательница культурного производства М. Правдина, Тросби акцентирует внимание на конструируемой природе культурных ценностей, подчеркивая их контекстуальный и договорный характер<sup>101</sup>. Д. Пауэр продолжает эту линию размышления и полагает, что культурные объекты создаются и используются не для утилитарных целей, а для эстетических и чувственных<sup>102</sup>. Одновременно Пауэр делает акцент на эмоциональном влиянии культурных объектов, в отличие от ряда исследователей, который подчеркивают, что в основе последних лежит

---

<sup>97</sup> Hirsch P. Cultural industries revisited // *Organization science*. 2000. V. 11. № 3. P. 359.

<sup>98</sup> Swidler A. Culture in action: Symbols and strategies // *American sociological review*. 1986. Vol. 51. No. 2. P. 273-286.

<sup>99</sup> Bourdieu P. *Distinction: a social critique of the judgement of taste*. Cambridge, Mass., Harvard. 1984.

<sup>100</sup> Throsby D. *Economics and Culture*. NY: Cambridge University Press. 2001. P. 28 – 29.

<sup>101</sup> Правдина М. А. [Современный рынок советского кино: социокультурный анализ способов позиционирования DVD-продукции](#) // *Экономическая социология*. 2010. Т. 11. № 2. С. 97.

<sup>102</sup> Power D. «Cultural Industries» in Sweden: An Assessment of Their Place in the Swedish Economy // *Economic Geography*. 1998. Vol. 78. P. 103–127; см. также Scott A. The cultural economy of cities // *International Journal of Urban and Regional Research*. 1997. Vol. 2. P. 323–339.

смысл<sup>103</sup>. Для всех этих исследователей прообразом культурного объекта выступает символ. Соответственно, некоторые из них сосредотачивают свое внимание на способности символов к репрезентации (истории, социальной группы, реальности за пределы конкретного опыта), а другие – на влиянии символа на аффективность и эмоциональность реципиента. Отчасти и то, и другое представление восходят к влиятельной книге Х. Питкин «Понятие репрезентации»<sup>104</sup>. В то же время общим для них является идея о том, что люди обращаются к культурным объектам для других целей, нежели к объектам утилитарным (пище, инструментам, транспорту). Однако никто из них не обращается к конкретным особенностям производства культурных объектов и тому, как их способность к репрезентации, символизации, возбуждению эмоций, проявляется в том, как они создаются.

Уже упоминавшийся Хезмондалш в своей книге «Культурные индустрии» также касается вопроса о культурных объектах. Вслед за традицией культурных исследований (например, Р. Уильямсом) он называет эти объекты текстами, и старается посмотреть на то, как эти тексты связаны не просто с их способностью к символизации (он признает их изначально символический характер), а с интересами разных акторов внутри культурных индустрий. Хезмондалш рассматривает три измерения культурных объектов: разнообразие, качество и связи с интересами отдельных социальных групп. Из этих трех наиболее важной составляющей является связь культурных объектов с социальной справедливостью и обслуживанием интересов. Соответственно он пытается проанализировать то, как содержание текстов коррелирует с интересами собственников и медиаторов внутри культурных индустрий. Несмотря на то, что Хезмондалш предлагает более интересный подход в определении культурных объектов, он, тем не менее, остается на той же точки зрения, что и Тросби, Пауэр и Хирш: культурные объекты – это символы.

Необходимо отметить, что представление о том, что культурные объекты имеют символический характер и а) являются хранилищами смыслов; б) влияют (в той или иной мере<sup>105</sup>) на столкнувшегося с ними человека является одной из доминирующих в литературе по культурным объектам. Во-первых, это помещает исследователей на устоявшуюся в теории культуры традицию разделять материальное и смысловое. Во-вторых, это позволяет на более-менее понятных основаниях выделять отдельные виды деятельности в культурные индустрии. В то же время это имеет ряд недостатков, если мы говорим не о влиянии культурных объектов,

---

<sup>103</sup> Например, такая цитата: «Наибольшая ценность [культурных объектов] – символическая, берущая начало в их функции как переносчиков смыслов (meanings): через образы, символы, знаки и звуки (см. Banks M., Lovatt A., O'Connor J., Raffo C. Risk and trust in the cultural industries // *Geoforum*. 2000. Vol. 31. P. 453–64).

<sup>104</sup> Pitkin H. F. *The concept of representation*. Univ of California Press, 1967.

<sup>105</sup> По поводу возможностей символов действовать см. любопытную статью Schudson M. How culture works // *Theory and Society*. 1989. Vol. 18. No. 2. P. 153 – 180.

а на их собирании: на каком этапе культурных объектов получает свою магическую силу символизировать? Как получается, что эта сила действует на один и не действует на других? Каким образом в ходе дизайна культурного объекта закладываются представления о рецепиенте символа и, таким образом, программируется репрезентация? Многие из этих вопросов не могут найти ответа, поскольку они фокусируются на процессе создания культурного объекта, а не процессе его распределения и потребления. Значит, необходима другая теоретическая рамка, позволяющая ответить на поставленные вопросы.

И здесь есть смысл снова вернуться к рамке Беннета, которую мы очертили в предыдущем параграфе, чтобы посмотреть на то, как он концептуализирует культурный объект и что это нам может дать для нашего исследования. Для Беннета в его реляционной парадигме культурный объект – это собранное единство разных элементов (текстов, идей, действий, образов, вещей), которое возникло благодаря особым процессам отбора, классификации, опосредования, основанным на специальном экспертном знании. Эти процессы вписаны в институциональные рамки (как формально, так и неформально), имеют собственную длительную историю существования и отмежевания от других процессов (институционализации, оформления дисциплины или отдельной сферы), а также нацелены (в силу того, что институты - культурные) на управление населением<sup>106</sup>. Например, музейная выставка не существует как отдельный культурный объект, она собирается внутри музейного мира, который имеет собственные формальные и неформальные характеристики, которые через дисциплинарные, эпистемические и собирательские практики создают выставку. Музейные сотрудники обладают специальным знанием о том, как должна выглядеть выставка, что она должна освещать, что на ней представлено, кто и что должен делать для того, чтобы выставка существовала. Эти практики и знания в целом формировались в течение длительного периода времени (более 100 лет) и «затвердели» в сознании, навыках музейщиков, а также в музейных классификациях, стандартизациях, базах данных, документах, представлениях о должном, идентичности музейщика и т.д. В то же время любая выставка – это способ либерального управления населением через формирование представлений о других народах (или прошлом или другой реальности), подразумеваемых и когнитивное присутствие самого населения в выстроенных представлениях. Позитивные и негативные особенности этой точки зрения мы уже отмечали. Для нас важно показать связь между культурными объектами, производимыми в музее и самим музейным миром, и потому аспект либерального управления мы будем отмечать лишь по касательной. Таким образом, для определения культурного объекта нам важно выделить следующие аспекты: а) экспертное знание создания культурного

---

<sup>106</sup> Bennett T. The work of culture // Cultural sociology. 2007. V. 1. №. 1. P. 31-47.

объекта; б) процедуры (классификация, описание, опосредование и т.д.); в) институциональная рамка (формальные нормы и неформальная коммуникация и традиции). Кроме того, близкий к данному подходу концепт пространства знания, выдвинутый австралийским исследователем Д. Тёрнбаллом, указывает и еще и на: г) специальные устройства (дивайсы), позволяющие сводить вместе и хранить установленные отношения между разными элементами культурных объектов (документы, списки, классификации, база данных). Институциональную рамку Тёрнбалл представляет как набор социальных стратегий, направленных на обеспечение коллективной работы и создание культурных объектов<sup>107</sup>.

Беннет пишет, что для существования культуры в обществе необходима особая социальная поверхность работы культуры, которая формируется из соединения собранных культурных форм с социальными формами. Такое соединение возможно только тогда, когда культурный объект не просто собран, но и распространяется, переводится в новые локальные практические контексты. Поэтому мы полагаем, что нужно описать не только создание, но и перевод (трансляцию) культурных объектов.

Опираясь на выявленные моменты, охватывающие перекресток социологии культуры и социологии знания, мы будем использовать их для анализа выставочной деятельности этнографического музея. Кроме того, для анализа институциональных особенностей музея мы будем использовать разработки символического интеракционизма (в каждом конкретном случае мы будем это пояснить подробнее).

Наш анализ будет включать следующую модель культурного объекта в музее:

I. Музейные конвенции (совокупность устойчивых форм, основанных на формальных и неформальных механизмах, которые характеризуют жанр и типологию культурного объекта).

II. Секвенция (совокупность этапов создания культурного объекта).

III. Структура и процессы (совокупность элементов, составляющих культурный объект и процедуры, с помощью которых они становятся в отношения друг с другом).

IV. Содержание (как вышеприведенные характеристики влияют на то, что мы видим на выставке).

V. Трансляция (как собранный культурный объект «переводится» и продвигается в новые форматы, новые выставочные залы и рекламные щиты).

---

<sup>107</sup> Turnbull D. *Masons, tricksters and cartographers: Comparative studies in the sociology of scientific and indigenous knowledge*. Taylor & Francis, 2000.



VI. Сравнение (в чем особенность данного культурного объекта по сравнению с другими культурными объектами в данном музее, других музеях, других культурных индустриях).

Как видно из модели, в своей работе мы затрагиваем лишь создание и распространение («перевод») культурных объектов в музее, но не их рецепцию и использование посетителями. Последнее, несомненно, играет важную роль в существовании культурных объектов, однако по рецепции и интерпретации культурных объектов, особенно в музее, написано огромное количество литературы. Мы хотели бы поставить себе другую задачу: описать взаимодействие между культурными объектами и музейным миром в рамках только собирания и трансляции, выявив собственную специфику культурных объектов, которые имеют несколько поверхностей, соприкасаются с разными частями музейного мира. Они могут быть использованы для разных целей теми или иными членами музейного мира, обменены на деньги, репутацию, славу, познание, но, по сути, они не сводятся к этим функциям, но существуют всегда между, всегда для новых и разных целей.

## Глава 2. Социальный, политический и институциональный контексты выставочной деятельности в Российском этнографическом музее

### 2.1. Методологические замечания

Данная глава диссертации будет посвящена контексту деятельности Российского Этнографического музея. Поскольку одним из методов исследования, который мы используем, является кейс-стади, то он по определению предполагает исследование объекта в контексте. Как отмечает теоретик данного метода Роберт Йин, контекст, с одной стороны, является современным (этим он отличается от исторических исследований), а, во-вторых, между кейсом (изучаемым феноменом) и контекстом нет четких границ. Они находятся в состоянии взаимного переплетения (*entangled situation*)<sup>108</sup>. Прокомментируем оба этих положения, чтобы было понятно далее, чему будет посвящена данная глава.

Несмотря на то, что Йин предлагает не заниматься историческим контекстом становления некоторого феномена, мы полагаем, что в данной главе нам нужно дать краткую историю РЭМ. Ряд исследователей в своих книгах кратко описывают историю того объекта, который они изучают. Здесь можно привести пример исследования Музея науки в Великобритании социальным антропологом Ш. Макдональд. В первой главе своего исследования она дает краткую историческую информацию по своему музею (*Science Museum в Лондоне*), а затем переходит к современным контекстам его деятельности<sup>109</sup>. Мы последуем ее примеру. Нам будет интересно в исторических событиях то, как они повлияли на его выставочную деятельность, а также мы будем обращать внимание на пересечение и конфликт в его деятельности научных, идеологических и организационных интенций. Стоит также отметить, что в РЭМе, как полагают некоторые информанты, существует своя традиция, которая берет начало с этнографов-основателей музея в начале XX века (т.н. отцов-основателей), поэтому освещение истории музея видится нам важным средством для понимания его настоящей деятельности.

Что касается второго пункта, связи между контекстом и феноменом, то не только Йин отмечает их переплетение друг с другом. Ясно понять, где заканчивается феномен выставочной деятельности и начинается контекст ее существования, невозможно. Например, можно ли тщательно разграничить организационную структуру РЭМа и выставочную

---

<sup>108</sup> Yin R. K. Case study research: Design and methods. Sage publications, 2014. P. 23.

<sup>109</sup> Macdonald S. Behind the Science museum.

деятельность, в которой принимают участие сотрудники разных отделов, исходя их музейной документации или музейных конвенций. Таким образом, это разграничение будет носить искусственный характер. Особенно это стоит отметить в силу того, что мы опираемся в своем исследовании на символический интеракционизм, который возник как продукт американского прагматизма. Как отмечает исследователь этого направления Х. Йоас, «действие <в прагматизме> - это не просто передача фиксированного понимания в действие, но скорее их взаимное и общее определение»<sup>110</sup>. Другими словами, именно в действии, в котором происходит взаимное признание и образование смыслов, различные социальные структуры артикулируются и пересоздаются. В этом смысле контекст также участвует в выставочной деятельности, как и выставочная деятельность, и сами объекты, выставки и экспозиции, затем влияют на свой контекст. Здесь следует говорить о постоянной динамике. И потому обрисовывание контекста – это описание некоторого среза, определенного состояния, которое можно условно отнести к современности музея. Одновременно нужно иметь в виду, что контекст активен и участвует в принятии повседневных решений и изменениях в строительстве выставок и выставочной политике отделов и музея в целом<sup>111</sup>.

В итоге, в данной главе дается краткая история Российского Этнографического музея, затем определена современная культурная, правовая и политическая ситуация его деятельности. Затем мы перейдем к РЭМу как организации и опишем его структуру и основные формы деятельности, связанные с ним. После этого мы кратко опишем неформальную сторону РЭМа, связанную с коммуникацией между сотрудниками и обозначим ряд конвенций, характерных для этой коммуникации. Далее мы затронем вопрос о здании и связанных с ним пространствах, что также является распространенной практикой в современных исследованиях музеев и научных организаций<sup>112</sup>. Затем, поскольку основная деятельность музея сосредоточена вокруг собираемых, хранимых и выставляемых им вещей, мы перейдем к описанию их существования в музее. Наконец, глава завершится особенностями взаимодействия музея и других организаций, индивидов и институтов, которые влияют на то, какие выставочные проекты делает музей.

## 2.2. Краткая история РЭМ

Как отмечает советский историк этнографии С. А. Токарев, «начало деятельности этнографических музеев падает главным образом на вторую половину XIX века, а особенно

---

<sup>110</sup> Joas H. Pragmatism and social theory. University of Chicago Press, 1993. P. 16.

<sup>111</sup> См. также об активном контексте: Wieder D. Language and Social Reality: The Case of Telling the Convict Code. The Hague: Mouton Press, 1974; Asdal K., Moser I. Experiments in context and contexting. Science, Technology & Human Values. 2012. Vol. 37(4). P. 291–306.

<sup>112</sup> Macdonald S. Behind the Science museum; Law J. Organizing Modernity.

усилилась их деятельность в 1890-е годы»<sup>113</sup>. Вторая половина XIX столетия не только в России, но и в Европе отмечена триумфом музеев, этнографических в том числе. Считается, что в этот период началась так называемая вторая волна возникновения музеев, связанная с политикой колонизации европейских стран<sup>114</sup>. Всемирные выставки середины – конца XIX века, на которые свозились товары и экзотика со всего света, демонстрировали этнографические деревни, улицы и кварталы колониальных стран<sup>115</sup>. Помимо этого, постепенно открывается простор и для демонстрации своих национальных черт. Уже в 1870-е годы Россия начинает показывать на Всемирных выставках постройки в ропетовском стиле, с использованием византийских и древнерусских элементов<sup>116</sup>. Это стиль с некоторыми изменениями продолжит существование вплоть до начала XX века. Он олицетворял собой проводимую политику национализации и русификации Российской империи, начатую еще в середине XIX века. К концу этого века окраины Российской Империи осваиваются русскими крестьянами, казаками и военными, которые несут с собой собственный язык и культуру<sup>117</sup>. Тогда же, с одной стороны, из административных проектов, и, с другой стороны, в силу возникновения этнографического дискурса, появляется множество профессиональных этнографов и любителей-краеведов. Они занимаются сбором данных о культурных чертах различных народов Российской Империи, а также помогают в собирании вещей для музеев<sup>118</sup>.

Российский этнографический музей, в тот период Этнографический отдел Русского музея Императора Александра III (ЭО РМ), был одним из трех крупнейших этнографических музеев России конца XIX – начала XX веков. Двумя другими были Музей антропологии и этнографии им. Петра Великого (Кунсткамера) и Дашковский этнографический музей Московского Румянцевского музея<sup>119</sup>. Несмотря на то, что этнографический отдел создавался с политическими целями, «показать перед всем миром мощь и величие царской империи»<sup>120</sup>, деятельность музея со дня его основания была серьезно научно ориентирована. Этому во многом поспособствовали «отцы-основатели» РЭМа: этнографы Д. А. Клеменц, Е. Я. Ляцкий, Н. М. Могиланский, Ф. К. Волков, А. А. Миллер, С. М. Дудин и многие другие<sup>121</sup>. Поэтому справедлива мысль В. А. Дмитриева и В. М. Грусмана о том, что это был проект не только

---

<sup>113</sup> Токарев С. А. История русской этнографии. М, 1966. С. 397.

<sup>114</sup> Jacknis I. F. B. Exhibits: On the Limitations of the Museum Method of Anthropology // Stocking W. (ed.). Objects and Others: Essays on Museums and Material Culture. The university of Wisconsin Press, 1985. P. 75-111.

<sup>115</sup> Mitchell T. The world as exhibition // Comparative Studies in Society and History. – 1989. V. 31. №. 02. P. 217-236.

<sup>116</sup> Венская Всемирная выставка 1873 года // URL: <http://www.uefexpo.ru/?id=44957> (Дата посещения: 3. 10. 2014).

<sup>117</sup> Ремнев А. Вдвинуть Россию в Сибирь: Империя и русская колонизация второй половины XIX–начала XX века // Новая имперская история постсоветского пространства (Библиотека журнала «Ab Imperio»). Казань, 2004. С. 223-242.

<sup>118</sup> Токарев С. А. История русской этнографии. С. 370-399.

<sup>119</sup> Там же. С. 397-398.

<sup>120</sup> Там же. С. 398.

<sup>121</sup> Там же. С. 399.

административных верхов, но и «следствием идеологических установок, сформировавшихся в настроениях образованных верхов петербургского общества»<sup>122</sup>. Такие идеологические установки включали национальную и имперскую идею, которые через собирание и демонстрацию традиционных предметов могли транслироваться музеем. Спор о том, каков должен быть музей, велся между видными историками, публичными деятелями, этнографами. Как отмечается, победы в этих спорах добился Д. А. Клеменц, опиравшийся на влиятельного великого князя Георгия Михайловича<sup>123</sup>. Клеменц выступил за двойную роль музея: собирать этнографию русского (великорусского) народа, с одной стороны, и этнографию других народов, населяющих Российскую империю, а также тех, которые испытывали ее культурное влияние<sup>124</sup>. Главной задачей музея было «представить картину «этнографического протяжения нашего отечества, картину народов, обитающих в России и в непосредственном соседстве с нею»<sup>125</sup>. Эта формулировка была, в общем, принята и повлияла на характер собирания, и на деятельность музея: отдел русской этнографии в музее до сих пор является единственным, выделенным по признаку этноса, а не территории (как в случае других региональных отделов).

Только за первые семь лет своего существования (с 1902 по 1907 годы) ЭО РМ собрал более 78 тыс. единиц экспонатов, где более трети составили вещи по русским<sup>126</sup>. Экспозиционная работа музей в этот период и в следующее десятилетие носила *позитивистский* характер: первая выставка, только для специалистов, была открыта в 1909 году, как и последующие, она имела фондовый и вещеведческий характер. Здесь демонстрировались вещи, выстроенные в соответствии с определенной типологией, но не связанные с какой-либо концепцией, например, эволюционистской<sup>127</sup>.

В 1923 году, уже в Советское время, в ЭО РМ впервые открылась выставка для рядовых посетителей. На ней демонстрировались экспозиции по этнографии русских, украинцев, белорусов, народов Западного Кавказа, финнов, народов Средней Азии с фокусом на одежде, жилище, ремесле и ритуалах<sup>128</sup>. Можно отметить те свойства, которыми характеризовались экспонаты в этот период: 1) типичность (т.е. наибольшая распространенность в регионе); 2) первичность деревенских, предметов; 3) «аутентичность», оригинальность; 3)

---

<sup>122</sup> Дмитриев В. А., Грусман В. М. Этнографический отдел Русского музея и концепция национального музея // Музей. Традиции. Этничность. 2012. № 1. С. 15.

<sup>123</sup> Там же. С. 17.

<sup>124</sup> Там же с. 18

<sup>125</sup> Баранов Д. А. К истории классификации в этнографическом отделе Русского музея («Великоруссы», «Русские», «Иногородцы») // Музей. Традиции. Этничность. 2012. № 1. С. 29.

<sup>126</sup> Токарев С. А. Указ. Соч. С. 399; Д. А. Баранов отмечает, что за 1902 - 1911 гг. в музей поступило более 122 тыс. памятников культуры (см. Баранов Этнографический музей и рационализация системы, примечание 4.)

<sup>127</sup> Дмитриев В. А., Грусман В. М. Этнографический отдел Русского музея. С. 21.

<sup>128</sup> Там же.

распространенность фотографий; 4) повторяемость предметов<sup>129</sup>. Фотографии с самого начала приравнивались к памятнику, поскольку могли выражать не только сами объекты и явления, но и контексты их существования (инф. 19).

В 1920-е гг. деятельность музея изменила свой характер: если в начале-середине 1920-х годов музей «процветал», представляя собой центр координации в сложном этнографическом знании, и его деятельность воспринималась властями благожелательно, то к концу десятилетия государство старалось ликвидировать те формы просвещения и культурной пропаганды, которые ей не были подконтрольны. В этот период были закрыты комплексы Румянцевского музея в Москве и Русского (Ленинградского) музея<sup>130</sup>. Перед Этнографическим музеем была сформулирована задача «показывать преимущества современного периода (1920-1930е гг.) жизни народа над предреволюционным»<sup>131</sup>. Таким образом, роль государственной и партийной идеологии в музейной жизни возростала. Это усилилось в связи с репрессиями старшего поколения сотрудников музея в 1930-е гг. На музей была возложена задача сравнить дореволюционный этап с современным, социалистическим, для выявления успехов, достигнутых советской властью. В 1934 год музей получил независимость и стал называться Государственный музей этнографии. Как отмечает В. А. Дмитриев, это было связано со «сменой модуса государственной национальной политики с преобразующего на охранительский и в установлении жесткого идеологического контроля над образовательной и просветительной деятельностью в стране»<sup>132</sup>. В конце 1930-х годов наблюдалось усиление формализации экспозиционной деятельности: так, появились тематико-экспозиционные планы (ТЭПы, существующие до сих пор), утверждение которых проходило Ученым Советом музея и отделом Наркомпроса в Москве. Эти нормы затем были изложены более строго в документе внутреннего пользования в 1950-м году. Как отмечает Дмитриев, усилилась также роль вышестоящих учреждений, в том числе по содержанию экспозиций и выставок<sup>133</sup>.

В то же время, несмотря на идеологический и бюрократический контроль, с конца 1930-х годов намечается процесс образования собственной музейной традиции и научной музейной культуры. Так, собирательская деятельность в этот период превратилась из комплексных экспедиций в единичные точечные экспедиции с целью сбора этнографического материала (вещей, бытующих или создающихся определенным этносом). В этот же период сложилось

---

<sup>129</sup> Там же. С. 22.

<sup>130</sup> Там же. С. 25.

<sup>131</sup> Баранов Д. А. Этнографический музей и «рационализация системы» // Этнографическое обозрение. 2010. № 4. С. 26-43

<sup>132</sup> Дмитриев А. В. Государственный музей этнографии – свой путь между идеологией и наукой. Этнические традиции в культуре // Музей. Традиции. Этничность. 2012. № 2. С. 7

<sup>133</sup> Там же. С. 10.

особое положительное отношение к полевой работе<sup>134</sup>. Изменился принцип отбора кадров: если в 1900-1920е гг. кадры в музей отбирались из заслуженных и зарекомендовавших себя ученых-этнографов, то с конца 1930-х брали уже молодых работников, для которых строительство выставок или экспозиций было первым важным научным заданием<sup>135</sup>. Нужно отметить, что данные особенности до сих пор характерны для деятельности РЭМ (инф. 1, см. Приложение 1).

В 1948 году, после войны, в РЭМ были «влиты» коллекции Музея народов СССР, созданного на базе Дашковского музея в Москве. В итоге, РЭМ стал самым крупным этнографическим музеем на территории Советского Союза (и остается таким же на территории России). Если в 1930-е гг. в музее строились идеологические выставки, связанные с показом успехов социалистического строительства, то после войны музей строил выставки, связанные с геополитическими темами: например, послевоенная выставка «Айны – жители Сахалина и Курильских островов», что было связано с возвратом Японией Курильских островов. Кроме того, была построена также выставка «Одежда и народное искусство славян», связанная с освобождением Южной и Восточной Европы от фашизма и интересами СССР на Балканах<sup>136</sup>.

Во второй половине 1950-х – 1960х гг. наметился процесс строительства монографических экспозиций, которые стали «визитной карточкой» РЭМа и многие из которых существуют до сих пор. Они основывались на этнографических классификациях, почерпнутых из марксизма, когда экспозиция начинается материальными условиями существования народа и ремеслами, а заканчивается ритуальной и духовной культурой<sup>137</sup>. В этот период и вплоть до 1990-х годов музей преследовала дихотомия «этнография современности / традиционная этнография». В силу идеологических причин музейным сотрудникам нужно было показывать современность (праздники, жилище, одежду, произведения искусства и т.д.), но, в то же время, сам профиль музея предполагал акцент на традиционной культуре. Кроме того, как отмечает Дмитриев, в своем показе музей постепенно ушел от демонстрации конкретных этносов к демонстрации общих регионов, куда входили разные этносы. Так, в 1982 году открылась экспозиция «Народы Северного Кавказа», где показывался целый комплекс культуры, типичный для всего региона<sup>138</sup>. Подобный подход затем использовался для строительства и других подобных экспозиций. Как отмечается, в 1970-1990-е гг. музей стал постепенно отходить от академической этнографии, и стал

---

<sup>134</sup> Там же. С. 10.

<sup>135</sup> Там же.

<sup>136</sup> Там же. С.12

<sup>137</sup> Относительно истоков монографического способа показа существуют разные мнения: так, один из респондентов отмечал, что этот способ может быть связан не только с марксизмом, но и в общем, с позитивистскими тенденциями в этнографии начала XX века (инф. 4).

<sup>138</sup> Там же. С. 17

превращаться в «сокровищницу этнографических фактов»<sup>139</sup>. В то же время в 1977 году музей получил статус научно-исследовательского института, а позже возможность иметь аспирантуру и защищать по специальности этнография. В отличие от академической Кунсткамеры, за РЭМом сохранилась репутация, прежде всего, музея, как отмечают многие информанты (инф. 3; инф. 1, инф. 18), то есть места сбора, хранения и исследования именно материальной культуры. Это также наложило свой отпечаток на современную деятельность РЭМ.

Стоит также отметить, что в то же время в 1970-1990-х годах РЭМ вел бурную экскурсоводческую и лекционную жизнь, причем лекции читались не только в стенах РЭМа, но и в других местах. Так, один информант вспоминал, что читал лекции на кондитерской фабрике (инф. 3). Эта практика была повсеместной. Однако в 1990е гг. в связи с идеологическим ослаблением государства, эти лекции постепенно прекратились, как и прекратилась бурная собирательская деятельность вследствие отсутствия финансов. Как отмечают респонденты, в 1990-е годы музей выживал за счет строительства зарубежных выставок, поскольку ажиотаж, связанный с открытыми фондами России был достаточно велик (инф. 13; инф. 25). Однако это было время идеологического затишья, когда государство не требовало большого количества выставок, а научные сотрудники занимались своими проектами, делая, в том числе, довольно экспериментальные выставки. Так, например, была построена выставка, посвященная традиционным понятиям о красоте (инф. 9). В то же время музей имел скудные финансы и был мало встроен в музейную систему. При этом в 1990-е годы многие музеи изменили свои штаты и директоров, музейная сеть постепенно уничтожалась. Все изменилось в начале 2000-х, когда государство снова обратило свое внимание на РЭМ (как и на другие музеи), появилось финансирование, но, помимо этого, оно стало предъявлять свои собственные требования и идеологические задачи к деятельности музея.

Мы не пытались рассказать историю РЭМа подробно, и упустили множество деталей, событий и ситуаций. Кроме того, мы мало касались имен этнографов-сотрудников, которые имеют большое значение для музея. В то же время мы хотели бы отметить, что музей изменился со времени его открытия в 1902 году и, как отмечается, это изменение вызвано, с одной стороны, его зависимостью от государственной и партийной идеологии, и, с другой стороны, влиянием его собственной выработанной политики, идентичности и традиции. Как мы уже отмечали, многие элементы, возникшие в музее в 1930-1950х гг., до сих пор остаются актуальными. Иными словами, история музея со дня его основания в качестве

---

<sup>139</sup> Там же.



этнографического отдела Русского музея, до сих пор – это не только история создания ряда выставок и экспозиций, но и история отношений между людьми, которые вступали в разнообразные интеракции между собой, которые затем повлияли и влияют на деятельность внутри РЭМа. Нужно это иметь в виду, когда мы будем говорить о коммуникации в РЭМе.

### **2.3. Культурный, правовой и политический контексты деятельности РЭМ в 2000-2010х гг.**

В данном параграфе мы остановимся на трех аспектах контекста выставочной деятельности Российского Этнографического музея. Из предыдущего параграфа становится ясно, что в деятельности музея на протяжении его существования большую роль играло государство. В данном параграфе мы также уделим внимание отношениям с государством в трех основных аспектах: правовые отношения, отношения по поводу национальной и культурной политики государства.

Российский этнографический музей, как и любой другой музей на территории РФ, подчиняется своду законов, которые регулируют его деятельность и определяют его статус. Одним из главных законов, посвященных музеям, является Закон ФЗ-54 «О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации», принятый в 1996 году. Закон дает определение музеям и очерчивает их цели. В ст. 26 сказано, что «музеи в Российской Федерации создаются в форме учреждений для осуществления культурных, образовательных и научных функций некоммерческого характера»<sup>140</sup>. В ст. 27 даются главные функции музея:

- хранение музейных предметов и музейных коллекций;
- выявление и соби́рание музейных предметов и музейных коллекций; изучение музейных предметов и коллекций;
- публикация музейных предметов и коллекций и осуществление просветительной и образовательной деятельности<sup>141</sup>.

Помимо этого, закон определяет параметры деятельности музея: им определен состав государственной и негосударственной части музейного фонда, установлен порядок включения и исключения музейных предметов из его состава. Регламентированы вопросы осуществления государственного контроля над состоянием Музейного фонда и государственной поддержки музеев. Также в законе отражены вопросы создания, реорганизации, ликвидации и осуществления деятельности музеев в РФ.

---

<sup>140</sup> Федеральный закон от 26 мая 1996 года № 54 «О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации». Ст. 26.

<sup>141</sup> Там же. Ст. 27.

Другим важным законом выступает закон «О вывозе и ввозе культурных ценностей», принятый в 1993 году. Он направлен на защиту культурных ценностей от незаконного вывоза, ввоза и передачи прав собственности на них, а также на развитие международного культурного сотрудничества, взаимного ознакомления народов РФ и других государств с культурными ценностями друг друга. Международная выставочная деятельность российских музеев невозможна без учета правил, содержащихся в данном законе<sup>142</sup>. Данный закон определяет ряд рутин, которые опосредуют создание международных выставок. Среди них можно отметить такие, как проведение экспертизы ценностей, предоставление права и выдачи свидетельства на вывоз культурных ценностей и т.д. Этот закон также предполагает, что государство, которое принимает выставку, дает гарантии на то, что никто не сможет потребовать разбирательств по поводу прав собственности на нее. Иначе говоря, вывезенную вещь всегда можно будет привезти обратно. Однако это работает не со всеми государствами. И это влияет, в том числе, на культурные контакты России с другими странами. Скажем, в последние три года (2011 – 2014 гг.) Россия не может отвезти свои выставки в США, поскольку последние не дают отмеченных выше гарантий. Вот что замечают информанты:

*«И (информант I). Они не получают ничего, потому что мы не можем отправлять в Америку никакие предметы.*

*Н (интервьюер). А в Нью-Йорк?*

*И. Там фотографии, там можно.*

*Н. А в Канаду можно?*

*И. Да, а в Америке есть закон, по которому третье лицо может прийти и сказать, что это мое.*

*Н. Только в Америке?*

*П. (информант II). Не только. Я переводила бумагу для Австрии, по которой третье лицо <тоже не дает гарантий>.*

*И. И гарантию берут со всех, это государственная гарантия. Но Америка не дает таких гарантий. Вот в чем проблема. Французы вот истерят, что они не могут туда доехать» (инф 5).*

Из этого разговора видно, что, во-первых, вывозить нельзя только оригинальные предметы, а фотографии можно, и, во-вторых, с такой проблемой сталкивается не только Россия, но и другие страны. Относительно фотографии можно заметить, что на выставки в Америку вывозятся только факсимильные фотографии, а не оригиналы (инф. 19). А в отношении негостеприимства Америки есть следующее объяснение. Один из других информантов по этому поводу замечает, что с США были разорваны «культурные контакты» в связи с делом библиотеки Шнейерсона<sup>143</sup> (инф. 16).

---

<sup>142</sup> Клименко М. Правовые аспекты музейной деятельности. Неопубликованный доклад.

<sup>143</sup> Дело о библиотеке Шнейерсона // URL: [http://ria.ru/trend/shneerson\\_12082010/](http://ria.ru/trend/shneerson_12082010/) (Дата посещения: 3. 10. 2014).

Помимо вышеназванных двух законов есть и другие, чье влияние на деятельность музея велика. Это четвертая часть Гражданского кодекса, которая регулирует права собственности. Поскольку одной из целей музейной деятельности является собирание предметов и коллекций, то при переходе последних из рук бывших владельцев в распоряжение музея, необходимо, чтобы музей приобрел на эту вещь авторские права. «Положение о передаче авторских прав зафиксировано в каждом договоре купли-продажи и дарения. Так, с момента подписания договора музей приобретает право на публикацию и иное коммерческое использование полученных предметов и коллекций. Собственник передает музею исключительные авторские права на публичный показ, воспроизведение и распространение произведений, указанных в договоре»<sup>144</sup>. Иначе говоря, без действия подобных правовых норм музей в принципе не мог бы собирать вещи, ибо это было бы незаконно<sup>145</sup>. Кроме того, он не мог бы эти вещи показывать, фотографировать, делать каталоги и т.д. Здесь мы сталкиваемся с интересной вещью: с тем, как правовые нормы буквально влезают не только между музеями и традиционными народами, но и в повседневную экспедиционную жизнь музейщика: «когда сотрудник отправляется в экспедицию, то процедура поступления предмета в музейный фонд слегка меняется. В первую очередь это зависит от необходимости расплачиваться наличными деньгами на месте за приобретение предметов с владельцами на месте. Такое право получает сотрудник, оформивший в музее до своего отъезда доверенность, в которой должно быть указано, что сотрудник имеет право совершать сделки от имени музея, в том числе с правом подписи, для передачи предметов на постоянное хранение в музей»<sup>146</sup>.

Помимо названных актов можно отметить также и другие: например, Федеральный Закон «Об оценочной деятельности в Российской Федерации», выпущенный в 1998 году. Этот закон определяет оценочную деятельность внутри музея. Она обычно производится в отношении купленного или отданного в дар предмета специалистом. Часто от оценки зависит то, будет ли вещь принята в музейный фонд, куда она именно пойдет, в основной фонд или вспомогательный (об этом смотрите в параграфе 2.9.), а также ее стоимость. Еще один вопрос – определение стоимости и страхование вещи, имеет свои собственные нюансы<sup>147</sup>.

Кроме того, порядок страхования регулируют также межведомственные правовые акты Министерства культуры РФ, такие как письма «О страховании культурных ценностей» от 25

---

<sup>144</sup> Клименко М. Правовые аспекты музейной деятельности.

<sup>145</sup> Хотя наполеоновских солдат в начале XIX века это не останавливало: см. Hooper-Grinhill, *Museums and shaping of knowledge. Chapter two.*

<sup>146</sup> Клименко М. Правовые аспекты музейной деятельности.

<sup>147</sup> Михайлова Е.А., Романова Н.М. Особенности определения страховой суммы и расчета страхового тарифа в страховании произведений искусства // Романова Н. М. (сост.) Экспертиза, оценка и страхование музейных предметов : Вопросы теории и практики : коллективная монография. СПб., 2010. С. 114 – 124.

октября 2001 года или «О порядке страхования музейных предметов», изданный в 2000-м году<sup>148</sup>.

Помимо общих норм, определяющих статус музея и регулирующих его деятельность, есть и специальные. Одними из таких специальных норм является «Единые правила и условия учета и хранения музейных предметов и коллекций...». На его основе каждый музей, РЭМ в том числе, принимает внутреннюю инструкцию, в которой отражается специфика учета, внутримузеевского движения вещей и организация хранения музейных предметов<sup>149</sup>. В соответствии с «Едиными правилами...», например, экспертиза и прием культурных ценностей осуществляет экспертная фондово-закупочная комиссия (ЭЗФК). Сама по себе инструкция отличается от правил, что дает возможность гибкого правового регулирования музейной деятельности (дневник 10. 12. 2014).

В социологии культуры подчеркивается, что право и регулятивные нормы создают основные правила, которые формируют дальнейшее развитие культурных институтов<sup>150</sup>. Здесь классическим является пример, который приводит американская исследовательница У. Гризвольд о том, что до 1909 года авторское право в США было устроено таким образом, что издатели обязаны были платить гонорары только американским авторам. Поэтому в этот период в американской литературе огромную роль играли англичане, которых можно было печатать, не давая им денег, что естественно сказывалось на особенностях американской литературы<sup>151</sup>. В отношении музеев мы можем согласиться с Петерсоном, что право определяет основные правила, по которым существует музей<sup>152</sup>. А поскольку РЭМ подчиняется непосредственно Министерству культуры, и имеет дело с культурными ценностями, таких правил здесь огромное количество. Некоторые из них, как мы уже отмечали, касаются общих широких явлений, определяющих, например, цели музеев. Другие посвящены узким, но не простым вопросам, как например, страхование, оценка предмета, проведение экспертизы, решение вопросов авторского права. Самое любопытное в этих нормах права то, что многие из них влияют на повседневное взаимодействие музейщиков друг с другом, с информантами и экспонатами. В то же время любая норма представляет собой большое обобщение определенной практики, то есть она не может учесть все нюансы ее осуществления. Кроме того, как замечают респонденты, чиновники, сидящие в Министерстве культуры, часто не владеют адекватным представлением о том, что такое музей, и особенно, в

---

<sup>148</sup> Там же.

<sup>149</sup> Там же.

<sup>150</sup> Peterson R. A., Anand N. The production of culture perspective. P. 315.

<sup>151</sup> Griswold W. American character and the American novel: An expansion of reflection theory in the sociology of literature // American Journal of Sociology. 1981. Vol. 86. No. 4. P. 740-765.

<sup>152</sup> Peterson R. A., Anand N. The production of culture perspective.

чем особенно его деятельности: «Сейчас вышел закон № 44, в соответствие с которым на любое действие <финансового характера> нужно проводить тендер: искать три организации, и чтобы они выиграли тендер. У меня должна поменяться фотовыставка из полевой автобиографии... фотографии отобраны, готовы, сейчас проблема сдать в печать, я буду заниматься этим конкурсом?.. есть вариант - за свои деньги напечатаю фотографии, а потом мне их оплатят по товарному чеку» (инф. 15). Иными словами, подобный закон, уместный в одном случае, где цена закупок высокая, мешает общепринятой рутинной музейной деятельности и даже созданию выставок. Другим примером такой помехи является закон, по которому для экспертизы предмета надо привлекать внешних специалистов. Другой информант отмечает: «А сейчас Москва требует внешних экспертных оценок на каждый предмет. И мы сидим и чешем, ладно на вещь, которую мы закупаем, - хороший коврик, можем найти эксперта. А в поле, где я найду эксперта на приобретаемый материал?» (инф. 11).

Как в случае с первым законом (о тендере), так и со вторым, невозможность или затратность исполнения закона часто вызывает желание обойти его требования, не нарушая его напрямую. В случае с тендером, информант решил распечатать фотографии за свои деньги. Как решается проблема поиска экспертов в поле, нам не известно. Французский социолог Мишель Де Серто обращал внимание на подобные контрдействия, которые, одновременно не противоречат закону, но мягко и незаметно его обходят. Он называл такие контрдействия «тактиками»<sup>153</sup>. В ряде случаев, которые мы рассмотрели, тактики появляются, как отмечают информанты, из-за того, что чиновники «в Москве» не способны понять тонкостей музейной работы. Как отмечает один респондент: «Он <чиновник, менеджер> не может ее организовывать, приглашая какие-то выставки, нельзя под одну гребенку, по одним правилам работать разным организациям, разных типов. Вот, а закон, он наоборот предусматривает, чтобы все универсально, и как выйти из этой ситуации, непонятно» (инф. 15).

В итоге, если суммировать роль права, то, с одной стороны, оно, как замечает Петерсон, создает основные правила поведения для данной организации, с другой стороны, своей универсалистской политикой оно создает помехи и противоречия повседневной деятельности музея, и его сотрудники должны изобретать различные «ответы», чтобы приспособить право к своей деятельности и наоборот. Одни из таких ответов – это уточнение норм права через принятие собственных внутренних инструкций (как в случае с «Едиными правилами хранения...»), другой – это «тактики» обхода тех норм, которые мешают деятельности.

Теперь перейдем к политическому контексту существования и деятельности РЭМ. Политический здесь будет означать планомерное преследование цели со стороны государства

---

<sup>153</sup> Де Серто М. Изобретение повседневности. СПб., 2013. С. 51.

в отношении ряда вопросов, иначе говоря, это политический в смысле английского *policy*, а не *politics*<sup>154</sup>.

Как отмечает Н. М. Романова, научный методист высшей квалификации РЭМа, в своей книге «Принципы показа этнографических материалов в экспозициях краеведческих музеев»: «Россия XXI века является одним из самых многонациональных государств мира, где проживает 176 самобытных народов и этнических групп, которые в своей государственной, экономической, культурно-нравственной основе призваны стать единым многонациональным российским народом»<sup>155</sup>. Последнее суждение о призвании народа весьма спорно, но первая мысль заслуживает внимания: действительно, такое большое количество разных народов требует от государства выработки *национальной политики*, которая смогла бы создать фундамент для бесконфликтного существования разных этнических групп, или, по крайней мере, старалась бы эти конфликты уменьшить. В другой части книги она формулирует это более обще: «В последнее десятилетие XX – XXI вв. национальный вопрос приобрел особую остроту в связи с распадом Советского Союза, сложностью социально-экономических и политических проблем, общим ухудшением качества и уровня жизни населения, обострением межэтнических отношений, возникновением конфликтов, войн на национальной почве и т.п.»<sup>156</sup>. Следствием этого являются стремления к автономизации, проявления национализма, ксенофобии и этнического экстремизма. «Все это выступает дестабилизирующими факторами жизни российского общества»<sup>157</sup>. Действительно, в 1990-е и 2000-е годы роль этнического фактора возросла: Чеченские войны, столкновения в Нагорном Карабахе, Грузино-Осетинский конфликт, развитие националистических идей на Украине, сыгравших определенную роль в ходе событий Майдана в начале 2014 года. Здесь мы говорим о попытке определенных этнических групп повлиять на политическую обстановку<sup>158</sup>.

Не стоит также забывать об увеличении количества мигрантов в российских городах как важной межэтнической ситуации. Это увеличение порождает ответные вызовы со стороны местных групп, что порой доходит до столкновений, как например, в Бирюлево в сентябре 2013 года. Помимо конфликтов, это может порождать определенное напряжение, связанное с вопросами рынка труда, с повседневным взаимодействием с мигрантами, с их незнанием языка принимающей страны. Все это приводит к тому, что государство вырабатывает свою

---

<sup>154</sup> Difference between policy and politics // URL: <http://prospect.org/article/difference-between-policy-and-politics> (Дата посещения: 3. 10. 2014).

<sup>155</sup> Романова Н. М. Принципы показа этнографических материалов в экспозициях краеведческих музеев. СПб, 2010. С. 106.

<sup>156</sup> Там же. С. 5.

<sup>157</sup> Там же.

<sup>158</sup> Умланд А., Шеховцов А. Праворадикальная партийная политика в постсоветской Украине и загадка электоральной маргинальности украинских ультранационалистов в 1994-2009 гг. // *Ab Imperio*. 2010. №. 2. С. 1 – 29.

линию поведения по этим вопросам, например, снижает квоты на въезд для гастарбайтеров, или заставляет их учить русский язык<sup>159</sup>. В то же время, принятие конкретных политических мер или работа с организациями мигрантов – это лишь часть национальной политики. Другая часть предполагает использование «культурных инструментов» для управления. И одним из таких инструментов является этнографический музей<sup>160</sup>.

Представление о том, что музей должен быть частью национальной политики, присутствует в нарративах информантов. Так, один респондент определяет роль музея следующим образом: «...лучший предлог, чтобы вылить на кого-то свое раздражение, – что форма твоего носа не похожа на ту, какую я ожидаю, и твоя форма молитвы меня оскорбляет... наша роль – поддерживать знания традиции и культуры всех 180 народов России и способствовать выработке толерантности во взглядах на жизнь» (инф. 5). Романова по этому поводу выражается более формально: «Миссией музеев как культурно-просветительных идеологических учреждений является всемерное содействие населению каждого региона в ознакомлении с национально-самобытной культурной народов России в целях формирования представления о многообразии культур и позитивных ценностных установках, обеспечивающих этническую самоидентификацию личности и одновременно усвоение норм социального поведения в многонациональном обществе во имя оптимизации межнациональных отношений»<sup>161</sup>. В последней мысли роль музеев расширена до формирования этнической самоидентификации и показа способов жить в толерантном обществе.

Стоит отметить, что отношения между национальной политикой, которая в 2000-е и 2010-е годы отмечена понятием толерантности, и деятельностью музея существуют не просто идеологические сцепления, но и конкретные проекты. Так, в 2001 году по инициативе вице-преьера В. И. Матвиенко была разработана программа «Развитие мировоззренческих установок толерантного сознания и поведения, профилактика ксенофобии и экстремизма», которая предусматривала разработку региональных программ по этой теме и привела к возникновению петербургской программе «Толерантность» (2006 – 2010 гг.)<sup>162</sup>. Эта программа предусматривала задействование многих музеев Петербурга, «на базе которых были организованы различные мероприятия, в т.ч. экспозиции и выставки, акцентирующие внимание на этнокультурные аспекты»<sup>163</sup>.

---

<sup>159</sup> Мукомель В. И. Интеграция мигрантов: вызовы, политика, социальные практики // Мир России. 2011. Т. 20. № 1. С. 34 – 50.

<sup>160</sup> Bennett T. Civic laboratories: museums, cultural objecthood and the governance of the social // Cultural Studies. 2005. V. 19. №. 5. P. 521-547.

<sup>161</sup> Романова Н. М. Указ. Соч. С. 6.

<sup>162</sup> Романова Н. М. Указ. Соч. С. 6.

<sup>163</sup> Там же. С. 7.

Нужно показать, каким образом эта программа была реализована. Один из информантов, экскурсовод, говорит: «Есть такая городская программа, работающая до 2015 года, как «Толерантность», правительственная программа, которая предназначена, чтобы обучить обобщенного школьника нормально относиться к людям других национальностей. Она оплачивается из бюджета и ребята, которые приходят с этой программой, они русскую экспозицию лишь в самом начале вскользь проходят, а потом Сибирь, Дальний Восток, Кавказ, Средняя Азия и т.д.» (инф. 17). Таким образом, реализация этой программы в музее представляет собой ряд экскурсий по традиционной культуре разных регионов бывшей Российской Империи для школьников, и оплачивается она из городского бюджета. Будет ли она действовать после 2015 года, неизвестно<sup>164</sup>.

Нужно отметить, что музей действительно привлекательное место для подобных программ, потому что выставки и экспозиции предполагают то, что посетитель видит культуру этноса, с которым он может сталкиваться в повседневности на городских улицах или на страницах газет, в совсем ином ключе. Иначе говоря, в голове у посетителя складываются новые связи между данным этносом и разными видами культурного творчества. Скажем, посетитель выставки «Традиционный текстиль народов Средней Азии» может увидеть, что в таджиков были очень красивые ковры, удивительные орнаменты, мастерски сделанные кувшины. Соположение вещей на выставке помещает этнос, связанный с ними, в новый для посетителя контекст. И через этот контекст посетитель понимает, что этнос обладает своими формами жизни, которые имеют свою рациональность и свою красоту. А само здание музея и его научный статус (авторитет) закрепляют эти связи.

В то же время, как замечает Романова, «отражение в экспозициях национальных вопросов затруднено по ряду объективных причин»<sup>165</sup>. Среди них: отсутствие окончательной разработки законодательной базы для проведения национальной политики, отсутствие статистики национального состава населения, анализа обобщенного миграционного процесса<sup>166</sup>. Иначе говоря, РЭМ, которые делает выставки, опираясь на научные разработки и достоверные факты, в силу отсутствия полной информации о национальной ситуации в России, не может экспонировать современные темы. Это не единственная причина. По ходу наблюдения у нас возник вопрос, почему этнографический музей не показывает современную этническую ситуацию? Почему не строятся выставки, связанные с событиями в Бирюлево<sup>167</sup>?

---

<sup>164</sup> Информанты, близкие к образовательной сфере в музее, надеются, что программа продолжит свое существование (инф. 21).

<sup>165</sup> Романова Н. М. Указ. Соч. С. 102.

<sup>166</sup> Там же.

<sup>167</sup> Пресса России: где ждать нового Бирюлево? // URL: [http://www.bbc.co.uk/russian/indepth/biryulyovo\\_murder\\_clashes](http://www.bbc.co.uk/russian/indepth/biryulyovo_murder_clashes) (Дата посещения: 3. 10. 2014).



Один из информантов, которого мы спрашивали по этому поводу, нам ответил, что у них нет нужных экспонатов для показа. Здесь мы снова сталкиваемся с проблемой традиционное / современное, которая возникала уже в истории РЭМа. При этом сами научные сотрудники РЭМа могут иметь проекты, связанные с исследованием современной этнической ситуации, скажем, в Петербурге, но они не могут выразить это с помощью выставки. Также как и экскурсоводы не могут водить выставки по современности, потому что у них отсутствует знание этого материала (инф. 17). Другой информант говорит по этому поводу: «Музей действительно – это хранитель культуры и артефактов, а на сайте музея не открыть форум, в котором будет мнение экспертных специалистов? В отделе Средней Азии нет никого?.. Никто не хочет этого делать, это большая ответственность, не то сказал, не так посоветовал» (инф. 1). Между тем, некоторые сотрудники музея участвуют в совещательных органах при государстве. Так, один респондент говорит: «Я нахожусь при губернаторе в Совете по национальной политике, я вхожу в него... <но> я до сих пор не могу понять нашу функцию, мы слушаем и советуем, но когда мы предлагаем сделать что-то практическое, их это не очень интересует» (инф. 15).

Подводя итоги по национальной политике государства и ее связи с музеем, стоит сказать, что, с одной стороны, музей действительно встраивается в эту политику как медиатор между идеологией, наукой и публикой, что выражается в реализации таких проектов как «Толерантность». У музея есть средство для проведения этой идеологии в жизнь, а именно, показ этносов через их культуру, что меняет представление о них в воображении посетителя. В то же время, музей не может откликаться на современную межэтническую ситуацию, как например конфликт в Бирюлево осенью 2013 года, из-за отсутствия экспонатов, и полной информации об этой ситуации. В то же самое время государство и само не стремится к плотному сотрудничеству с музейщиками на практике, как мы видим на примере одного из информантов, находящемся в Совете по национальной политике при губернаторе Санкт-Петербурга.

Теперь перейдем к взаимодействию с государственными органами за пределами вопросов правового обеспечения деятельности музея и национальной политики.

Это взаимодействие мы будем называть *культурной политикой* государства в области музеев. В начале 2010-х гг. эта политика сводилась к тому, чтобы увеличивать количество выставок, которые делаются в музее и возить как можно большее их количество по России. Один из респондентов замечает: «В позапрошлом <2012> году министр культуры РФ решил, что, в общем, у нас музеи работают сами на себя и не несут разумное, доброе, вечное в массы, то есть в регионы и нужно нести это разумное, доброе вечное, и там разнарядка по количеству и музей до конца года должен побывать в Абакане, Владивостоке, Южно-Сахалинске,

Хабаровске, Грозном и еще где-то» (инф. 1). Более подробно эта политика министерства обсуждалась на внутренней музейной конференции в мае 2014 года, посвященной выставочной деятельности. Как отмечает модератор этой конференции, на рубеже 2011-2012 гг. Министерством культуры был утвержден документ «дорожная карта развития музеев в РФ», и одно из основных положений – это интенсификация выставочного обмена между музеями. Более конкретно: центральные музеи должны увеличить прокат выставок в городах РФ (дневник наблюдения 28. 05. 2014). Интересно то, что Министерство культуры утвердило целевые показатели для выставок. Например, в 2013 году – это 36 выставок, а в 2014 – на 6 больше, уже 42 выставки в год. Важно также отметить, что данные целевые показатели привязаны к финансированию музея: иначе говоря, если музей выполняет план, он получает финансирование и премиальные, и, наоборот, лишается определенной доли финансирования при его невыполнении.

В целом, культурная политика государства сводится к тому, чтобы увеличить количество прокатных выставок внутри музея и в России. Такая политика, как мы видим, определяет соответствующее финансирование. Данные меры представляют собой важный контекст существования выставочной деятельности, поскольку финансирование выставок – большая тема для музея, его все время не хватает (инф. 8; инф. 15; инф. 14; инф. 6; инф. 19). Увеличение количества выставок, как отмечают информанты, не всегда влияет на их качество. Здесь имеет место скорее обратная пропорция. «<Мы> - крупный музей, всю выставочную деятельность спускает сверху Министерство... это уже определяет, как бы какие будут выставки. Хорошую большую выставку, серьезную, с какой-то такой заумной концепцией – она требует и хороших денег, и специфического оборудования. Это не всегда возможно <реализовать>, как правило, когда такой объем» (инф. 15). Интересы государственной политики здесь сталкиваются с научными интересами музейных сотрудников. Ряд информантов говорит о том, что в 2012-2014х годах государство стало требовать от музеев «штамповать» выставки, которые в результате получаются одинаковыми, без какого-либо концептуального оформления, а государство использует финансовое давление для выполнения плана.

В то же время данная культурная политика государства не столь однозначна. Помимо «давления» планом государство обращается к музею для выполнения заказных заданий, связанных с идеологическими или политическим целями: например, сопровождение важных событий строительством выставок, например, создание выставки, посвященной национальным видам спорта в Казани к открытию там Универсиады (инф. 9). В 2014 году проходила выставка в Грозном: «Грозный, столица республики, сильно пострадал, был разрушен, у них нет настоящей развитой инфраструктуры... <и государство предложило>: «И давайте музей

этнографии что-нибудь сделает» (инф. 13). Кроме того, государство предлагает музею строительство выставок к юбилейным датам или связанных с определенными международными отношениями. Один из информантов называет подобные выставки «датскими»: «Датские выставки – определенную дату надо осветить, выставки, в которых заинтересованы внешние партнеры, выставки, сопровождающие события в культурной жизни, вот год назад – благодаря тому, что существует договор между Ереваном и Петербургом о культурном сотрудничестве, делалась выставка, раскрывающая отражение армянской культуры у нас» (инф. 13). По сути это заказные проекты государства, которые оно финансирует дополнительно. В то же время эти выставки дают возможность и самому музею установить контакты с важными людьми, учеными, политиками, музеями и культурными деятелями других стран и городов. Например, как отмечал один из респондентов, выставка, проводимая в Крыму в 2014 году, позволит музею продемонстрировать роль петербургской науки в освоении природы и изучении этнических культур этого полуострова, и здесь музей может, помимо удовлетворения государственных идеологических и геополитических интересов, также преследовать свои цели: увеличение своей репутации (инф. 13).

Таким образом, культурная политика государства в отношении музеев сводится, с одной стороны, к интенсификации выставочного процесса и увеличению количества прокатных выставок в музее, что влияет на качество выставок, которые в этом музее делаются. С другой стороны, государство обращается к музею с заказами по поводу строительства выставок, освещающих важные культурные события, даты, юбилеи, что дает музеям возможность реализовывать крупные проекты и сотрудничать с другими музеями и культурными институтами.

В итоге, деятельность государства представляет собой важный контекст для работы Российского этнографического музея. Все три вида деятельности, реализующиеся в правовой, национальной и культурной политике государства не только определяют основные правила поведения музея, но также способствуют выработке им особых форм поведения, новых культурных объектов, порождению новых сетей коммуникации. В интервью музейщики никогда не ассоциируют себя с государственными органами, но, в то же время, они обязаны реагировать на их действия и запросы в своих планах и повседневной деятельности. Мы видим, что выставочная деятельность здесь в меньшей степени определяется правовыми особенностями, и в большей степени – национальной и культурной политикой государства. Нужно отметить, что и государство, в свою очередь, зависит от музеев и их выставочной деятельности, поскольку они – пространства репрезентации тех или иных тем и образов

культур<sup>168</sup>. Российский Этнографический музей представляет собой важную организацию, когда дело доходит до репрезентаций традиции, а государство подчас зависит от его экспертиз или от его выставочных способностей.

#### **2.4. РЭМ как организация: формальная структура и основные каналы коммуникации**

В данном параграфе мы используем метафору, которую предлагает канадский исследователь Г. Морган в своей известной книге «Образы организации»<sup>169</sup>. Мы рассмотрим Российский этнографический музей как «машину». Механистическая метафора, как замечает Морган, одна из самых распространенных в размышлении о современных организациях. Когда мы используем эту метафору, мы видим, что «организационная жизнь рутинизирована до мелочей и выверена по часам»<sup>170</sup>. От людей ожидается, что они будут приходить во время, выполнять определенную предустановленную совокупность деятельности и покидать организацию в назначенное время<sup>171</sup>. Мы представляем себе бюрократическую организацию, в которой тщательно отлаженные и выделенные части эффективно и надежно достигают четко поставленных целей<sup>172</sup>. Макс Вебер, который посвятил этому феномену достаточно внимания, отмечал возрастание бюрократизма в современном мире и то, что скоро мир окажется внутри железной клетки<sup>173</sup>. Однако наибольший вклад в подобное понимание организации внести теоретики менеджмента, и прежде всего французский теоретик А. Файоль и американец Ф. Тэйлор. Именно они продемонстрировали важность для организации планирования, координации, контроля, единоначалия, делегирования полномочий и т.д.<sup>174</sup>. Сюда же относится знаменитое выделение структуры организации по функциональному типу: каждый отдел в организации занимается выполнением собственной функции, а менеджмент - вышеназванными процессами планирования и контроля этих функций.

Если использовать эту метафору, то мы увидим, что РЭМ как организация действительно предполагает функциональное разделение обязанностей, принцип подчинения,

---

<sup>168</sup> Баранов Д. А. Этнографический музей и рационализация системы; Hetherington K. Foucault, the museum and the diagram // *The Sociological Review*. 2011. М. 59. №. 3. З. 457-475; Karp I. et al. (ed.). *Exhibiting cultures: The poetics and politics of museum display*. Washington, DC : Smithsonian Institution Press, 1991.

<sup>169</sup> Morgan G. *Images of Organization*, Newbury Park, CA: Sage Publications 1986.

<sup>170</sup> Ibid. P. 12.

<sup>171</sup> Ibid.

<sup>172</sup> Ibid. P. 14.

<sup>173</sup> Peter Baehr, The "Iron Cage" and the "Shell as Hard as Steel": Parsons, Weber, and the Stahlhartes Gehäuse Metaphor in the Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism // *History and Theory*. 2001. Vol. 40. No. 2. P. 153–169; пересмотр идеи «железной клетки» см. DiMaggio P. J., Powell W. W. The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields // *American sociological review*. 1983. Vol. 48. No. 2. P. 147-160.

<sup>174</sup> Morgan G. *Images of Organization*. P. 15-23.

тщательные выверенные совокупности деятельности для каждого сотрудника и систему планирования и контроля. Если нарисовать структуру РЭМа, она будет выглядеть следующим образом (*таблица 2.1, приложение № 2*).

Как указано в цитированном выше законе о музеях и музейном фонде РФ, каждый музей преследует пять основных целей: собирать экспонаты, хранить их, изучать, публиковать, а также заниматься образовательной и просветительской деятельностью. Существование данной структуры как раз и позволяет достигать поставленных целей во главе с директором и его заместителями, которые занимаются также планированием, координацией и контролем.

Как видно из таблицы, именно на научных сотрудников региональных отделов лежит выполнение основных функций музея. В то же время, выполнение даже одной функции – задача, для которой привлекаются разные люди из многих отделов. Например, для выполнения задачи хранения необходимы: региональный отдел и хранитель в нем, отдел научной документации, занимающийся документальным оформлением хранения; если дело касается плохой сохранности предмета, сюда подключается главный хранитель и реставрационная мастерская. Для исследования материальной основы предмета подключаются особая кладовая (хранящая драгоценные камни) и хранители из других отделов и т.д. Таким образом, для выполнения тех или иных функций необходимо сотрудничество и коммуникация.

Один из информантов дал следующую обобщенную схему структуры Российского Этнографического музея: она состоит из научных отделов, функциональных отделов и дирекции (инф. 12). Кратко охарактеризуем эти элементы.

В музее на настоящий момент шесть **региональных научных отделов**. Региональными они называются потому, что каждый из них (за одним исключением) посвящен определенной части бывшей Российской империи: Поволжью, Сибири и Дальнему Востоку, Средней Азии, Кавказу и Казахстану, региону Восточной Европы, Северо-Западу и Прибалтике. Исключение составляет отдел этнографии русского народа, который посвящен этнографии только этого этноса. Подобное разделение существует еще с первых дней основания музея, когда территория собирания экспонатов была разделена между первыми хранителями и кураторами музея. Общее количество людей в каждом отделе варьируется в зависимости от отдела, примерно от 7-8 до 15-16 человек в каждом. Несколько человек из отдела являются либо хранителями фондов отделов (у каждого отдела свой собственный фонд), либо хранителями экспозиций (инф. 8). У каждого отдела есть свой заведующий, избираемый, видимо, голосованием на Ученом совете музея. В практике музея принято так, что заведующие могут находиться в этой позиции долгое время, по 20-30 лет. Заведующий обычно представляет собой крупную фигуру не только в музейном деле, но и в этнографии (большинство

заведующих, с которыми я говорил, регулярно ездят в полевые экспедиции и публикуют монографии и книги). В музее функция заведующего сводится как к решению бюрократических задач (подготовка общего отчета отдела за год, координация работы, контроль), так и к переговорам с другими отделами, людьми со стороны в отношении деятельности отдела (например, заведующий может назначать хранителей, которые будут участвовать в строительстве выставок (инф. 7)). (Полную таблицу видов деятельности научных сотрудников см. *таблицу 2.2., приложение 2*).

**Функциональные отделы.** *Выставочный отдел* появился в музее в середине 1980-х годов. Один из информантов так описывает его появление: «Очень давно я вот начинала делать выставки – тут, которые в музее, так мы все сами делали, да, вот я, художник, группа, все добывали, а холст сами покупали для обтягивания и где-то раздобывали инструменты, чуть ли не сами все это прикрепляли к стенкам, да. Ну вот, а потом вот специальная служба была создана, и это стало гораздо лучше, вот все разделение, выставки на разные части, кто чего делает» (инф. 7). Выставочный отдел выполняет в музее несколько функций. Как следует из приведенного интервью, эта служба берет на себя роль медиатора между выставочной бригадой (научными сотрудниками, которые делают выставку), отделом строительства временных выставок, куда входит художник и монтажники, а также дирекцией и внешним миром. Медиация заключается в том, что сотруднику выставочного отдела, который прикреплен за данной выставкой, необходимо свести воедино людей, участвующих в строительстве выставки. И не только людей, но и вещи и документы: так, он же отвечает за наличие или отсутствие оборудования (витрин, шкафов, строительных материалов и т.д.), а также за документацию (у него скапливается все документы по выставке, которые он затем передает в отдел учета) (инф. 7). Помимо этого, отдельные сотрудники выставочного отдела участвуют в непосредственном монтаже выставки (вырезает нужные материалы, помогает с прикреплением экспонатов к витринам и т.д.) и принимает выставку на материальное хранение, отвечая за ее безопасность (инф. 8). Однако этим функции выставочного отдела не ограничиваются. Заведующая этим отделом также играет определенную роль в обсуждении строительства выставки: «Они там, <в дирекции>, сидят и обсуждают: зав. выставочного отдела, научный секретарь, замдиректора по науке и директор» (инф. 7). В процессе строительства выставки, как отмечает информант, выставочный отдел также играет важную роль: «Мы с художником – только низшее звено, а вот более высокий уровень – это уровень заместителя директора по внешним связям и развитию и зав. выставочным отделом – вот такая пирамида получается» (инф. 7). Помимо этих двух функций, выставочный отдел также занимается договоренностями по проведению выставок в других российских музеях. Здесь он выступает в контакте с уже упомянутым зам. директора по внешним связям и развитию,

который определяет общую выставочную политику музея и распоряжается финансовыми и материальными ресурсами (инф. 7).

*Отдел научной документации* (неформальное название внутри музея – учетный отдел) занимается всеми документами музея. В его функции входит оформление документов и юридических актов на все формы деятельности музея. Отдел учета также хранит учетные карточки, на которых указано название предмета, его описание, фотография и иные атрибуты. Они хранятся в большом каталоге из нескольких шкафов, разделенных по регионам (привязанным к названиям региональных отделов: Северо-Запада и Прибалтики, Средней Азии, Кавказа и Казахстана и т.д.), а внутри шкафов – по народам (грузины, каракалпаки, русские и проч.). Помимо этого, отдел учета принимает все документы на предметы, которые оформляются хранителями: научные паспорта, учетные карточки, акты на постоянное и временное хранение и хранят их у себя. Также в этом отделе находится главная инвентарная книга (книга поступлений), куда вносятся названия, номера и описания предметов и коллекций, поступивших в музей. Помимо этого в отделе находится юрист, который играет роль секретаря на разного рода комиссиях и советах (см. далее), а также занимается юридическим оформлением всех актов в музее.

*Отдел внешних связей* выполняет ряд функций по оформлению документации по выставкам за рубежом: переводом списков предметов к выставке на английский язык (или на другой удобный контрагентам), коммуникацией с Министерством культуры, куда отвозятся копии этих списков, а также с таможенниками по поводу соответствия провозимых вещей документам. Министерство культуры контролирует практически каждый шаг в экспонировании зарубежных выставок, поэтому коммуникация с ним довольно интенсивная (инф. 25). Кроме того, отдел внешних связей занимается вопросами коммуникации с иностранными гостями. Этот отдел был создан в 1993 году, когда появилась возможность для экспонирования выставок РЭМ за рубежом и пробудился интерес других музеев к коллекциям РЭМ (инф. 25).

*Отдел строительства временных выставок* выполняет функции дизайна и монтажа внутренних выставок. Сюда входят штатный художник, который занимается художественным оформлением выставок, а также группа монтажников, которые прикрепляют экспонаты к витринам, вешают их в шкафах, приносят вещи из фондов и раскладывают их и проч. (что в музейном научном языке называется техническое проектирование<sup>175</sup>).

*Отдел фотографии* существовал в музее давно, но «новую жизнь» начал только в начале 2000-х годов. В функции этого отдела входит сканирование и каталогизация

---

<sup>175</sup> Юренева Т. Ю. Музееведение. М., 2004. С. 438.

фотографий, хранящихся в музее, консервация и реставрация фотографий, также ему подчинен фотоархив (инф. 19). Заведующая этим отделом занимается еще и научной работой, так что в полной мере функциональным его назвать сложно, тем не менее, мы полагаем, что чаще этот отдел используется именно как поставщик фотографий и знаний о них, нежели представляет собой цельный научный отдел.

Важно отметить *научно-просветительский отдел*, включающий в себя экскурсионный сектор, сектор музейной педагогики, отдел организации стажировок и отдел организации и приема посетителей. Он разрабатывает программы для детей и взрослых в музее, готовит и рецензирует экскурсии, а также занимается координацией посетителей, желающих посетить экскурсию и экскурсоводов. Научно-просветительный отдел также занимается организацией стажировок и различных проектов между музеями, а также всем, что касается творческой научной переинтерпретации фондов, экспозиций и выставок (инф. 21).

*Отдел научной систематизации* занимается методическим (и, видимо, техническим) обеспечением создания различных классификаций и систем в каталогах, базах данных и иных информационных системах РЭМ. С 1990-х гг. отдел ведет работу по созданию и управлению возможностями поиска и описания этнографических экспонатов. Отдел занимается также организацией работы по созданию классификаторов этнических тем, и выпуском пособий по атрибуции этнографических музейных памятников (одно из таких пособий выйдет в 2014 году) (дневник наблюдения, 10. 09. 2014).

Стоит выделить роль *дирекции* (директора, его заместителей и канцелярии). Как отмечается в механистической модели организации, дирекция занимается планированием, делегированием, координацией и контролем. Планирование выставок в музее происходит таким образом, что в конце октября-ноября в дирекцию сдаются все концепции и тематические планы, связанные с новыми выставками (инф. 7). Затем дирекция обсуждает выставку, а также смотрит, насколько она сочетается с другими факторами музейной жизни, такими как внешние заказы на другие выставки, пожелания Министерства культуры, других органов и музеев, какие есть другие выставки, а также на основании того, входит ли выставка в политику репрезентации музея (инф. 1). К концу каждого года – началу нового дирекция выпускает план выставок, в котором отмечены сроки, в течение которых они должны стоять в музее. Этот план оформляется на основании требований Министерства культуры в соответствие с изложенной выше дорожной картой музеев. Помимо этого, дирекция делегирует ряд важных функций нижестоящим отделам, а также отбирает тех людей из музея, которые могли бы заниматься организацией крупных выставочных проектов, руководством строительства заказных выставок и т.д. Делегируются также функции контроля. Так, например, один информант, заведующий одним из региональных отделов, замечает, что при



строительстве одной из «экспериментальных выставок» дирекция доверила ей следить за действиями молодых сотрудников (инф. 14). Контроль заключается в том, что дирекция следит за тем, чтобы каждый научный сотрудник музея выполнял свою деятельность. Это хорошо иллюстрируется примером индивидуального плана, о котором мы уже говорили. Каждый вид работы здесь должен подкрепляться определенным количеством часов: иначе говоря, научный сотрудник не должен сидеть без дела и одной минуты, он должен постоянно чем-нибудь заниматься. Один из информантов по этому поводу замечает:

*Р. (информант). Тут не смотрится, ты должен уложиться, это твои проблемы, как уложиться.*

*К. (интервьюер). Это скорее для отчета?*

*Р. Да, ты должен это сделать.*

*К. Нужно отчитываться все время.*

*Р. Да. А что делать, чтобы не забыть, мы записываем, что мы делаем сегодня, куда поехал. Там определено: если ты пишешь статью, там у тебя столько-то часов. Если полстатьи – то указываешь, сколько знаков написал, потому что за эту работу у тебя есть определенное количество времени (инф. 2).*

Кроме того, индивидуальный план заполняется сотрудником и сдается в дирекцию, заведующие региональными отделами занимаются компиляцией всех индивидуальных планов в один, и каждый год сдают отчеты по деятельности отдела (инф. 1). Причем данные отчеты и их соответствие реальности контролируется дирекцией. Один респондент говорит: «... руководство это читает. Я доподлинно это знаю, потому что однажды я написала там... на организационный вид работы... присутствие на конференциях, присутствие на заседаниях отделов, присутствие на заседаниях фондовых комиссий, заполнение план-карты – чуть ли не – больше 50 часов в год, и мне пришла пометка от замдиректора по науке, карандашиком на полях: «И не много Вам будет за год?» Читают! Читают действительно и считают» (инф. 1). Контроль касается многих видов работы: например, после экспедиции каждый сотрудник обязан написать отчет по итогам экспедиции (инф. 1). При научно-просветительском отделе существует отдел организации приема посетителей, который занимается вопросами согласования с посетителями часов для экскурсий и педагогических занятий. Как отмечается, они также занимаются написанием отчетов (инф. 18). В итоге, контролирующая деятельность в музее носит повсеместный характер.

Скажем несколько слов о формальной коммуникации между отделами. В музее действует принцип субординации. Так, один из информантов, экскурсовод, замечает: «Отношение экскурсоводов с дирекцией складывается так: если человек что-то не может решить в рамках сектора, он идет к начальнику научно-просветительского отдела, к директору никто не ходит. Теоретически можно, есть один день в неделю. Среда, когда он принимает по личным вопросам, но есть субординация, которую лучше не нарушать» (инф. 18). В то же

время для сотрудников с высоким статусом (заведующих отделами, главных научных сотрудников, работников с большим стажем, высокой научной репутацией) такая субординация носит относительный характер.

В музее также есть ряд важных событий, которые объединяют многие отделы. Одним из них можно назвать заседание *Ученого совета*, куда входят доктора и кандидаты наук, заведующие региональными отделами, заместитель директора по науке. На Ученом совете обсуждаются важные концептуальные вопросы (например, особенности использования на выставках фотографий), а также принимаются отчеты отделов по экспедиционно-собирательской, выставочной и иной работе за определенный период и обсуждаются планы новых проектов. Другим видом формальной коммуникации выступает *экспертная фондово-закупочная комиссия (ЭФЗК)*, это – «постоянно действующий совещательный орган при дирекции музея»<sup>176</sup>. Данная комиссия занимается вопросами формирования фондов музея, принятия вещей в дар или после экспедиции, проведение экспертной работы, дает рекомендации по вопросам организации внутримузейного учета и т.д.<sup>177</sup>. В ЭФЗК входит заместитель директора по науке, главный хранитель, заведующие региональными отделами, сотрудник учетного отдела (секретарь), при необходимости реставраторы, сотрудники особых кладовых и т.д. Помимо этих двух советов, существует также *Реставрационный совет*: «Если есть риск повреждения, и сохранность <вещи> такая, что вызывает споры... то мы показываем вещь реставратору, может собраться Реставрационный совет, который решит, можно ли ту вещь отправлять <на выставку за пределы музея> или нет... <туда входят> реставраторы, главный хранитель, заместитель директора по условиям учета и хранения» (инф. 10).

Если речь заходит о том, чтобы наладить связь между научными сотрудниками региональных отделов и экскурсоводами, желающими получить информацию по той или иной теме, то этим занимается специальный методист из сектора экскурсий: «Работа методиста - ... обучить сотрудника, что включает организационную сферу – организовать все встречи, консультации, методические занятия» (инф. 18). Помимо этого методист принимает экскурсии у других сотрудников музея, у которых есть обязанность их водить. Данный пример осуществляется на методическом совете. «*Методсовет* – это сотрудники из региональных отделов, каждый регион представлен одним человеком, ... хранители, которые знают вещи, чтобы мы не облокались, не сказать ничего такого, что в принципе выходит за рамки этнографической грамотности» (инф. 17).

Таким образом, Ученый Совет, ЭФЗК, Реставрационный совет и Методсовет составляют основу для формальной коммуникации между сотрудниками разных отделов в

---

<sup>176</sup> Клименко М. Правовые аспекты музейной деятельности. Неопубликованный доклад.

<sup>177</sup> Там же.

музее. Эти формы коллективны и направлены на достижение той или иной функции внутри музея и решение важных проблем музея. На них обязательно присутствует дирекция, и по итогам заседаний происходит оформление протокола, который остается в архиве музея.

Подводя итог описанию формальной структуры РЭМ, стоит заметить, что здесь мы использовали механистическую метафору: музей предстал перед нами как машина по достижению основных целей своей деятельности, разделенный на функциональные единицы (отделы), выполняющие свои предписанные роли. Однако, как отмечает Г. Морган, такой взгляд на организацию имеет и свои недостатки: 1) в этой модели упущена окружающая среда организации; 2) деятельность организации основана на «бездумной» бюрократии; 3) отсутствуют цели самих работников организации; 4) организация оказывается бесчеловечной к работникам, заставляя их работать как часы и не удовлетворяя других их потребностей, кроме зарплаты и труда<sup>178</sup>.

В случае музея недостатки такой модели возрастают в несколько раз. Во-первых, РЭМ в своей деятельности взаимодействует с окружающей средой, как мы уже отмечали в предыдущем параграфе, государство выступает актором, который изменяет деятельность РЭМа (требуя, например, больше выставок) или предлагает проекты, которые требуют от РЭМа изменения форм своей деятельности и создания новых способов действий. Музей окружен разными акторами, индивидами и организациями, и он строит свое поведение и свою выставочную политику во многом, ориентируясь на них.

Во-вторых, интервью показывают, что музей представляет собой не нечто единое и целое, а совокупность социальных миров или сообществ практик: профессиональных этнографов, художников, дирекции, экскурсоводов<sup>179</sup>. Их связывает между собой коммуникация, но это не значит, что они полностью разделяют общие категории и смыслы. Это связано и с различными социальными атрибутами, такими как образование или возраст, и с повседневными практиками, и с научными интересами. В данном случае организация – это единство разных. Поэтому механистическая метафора не позволила бы нам увидеть то, как в музее пересекаются разные практики и смыслы, оказывающие влияние на выставочную деятельность. А между тем интересы и мнения разных групп внутри музея чрезвычайно важны. Стоит напомнить, что речь идет о музее, то есть о месте, который занимается сохранением и поддержанием дискурса (или дискурсов) о традиционности. И порой от личных способностей музейщиков или выработанных норм зависит сама возможность создавать и поддерживать подобный дискурс. Поэтому разные практики, смыслы, интерпретации

---

<sup>178</sup> Morgan G. Images of organization. P. 28.

<sup>179</sup> О социальных мирах и сообществах практик см. параграф 2. 6.

музейной деятельности – это то, что далее необходимо будет описать и проанализировать, если мы хотим понять такую форму жизни как этнографический музей.

## 2.5. Социальные миры, неформальная коммуникация и ниши в РЭМ

В данном параграфе мы обратимся к неформальному измерению РЭМ. Понятие социального мира было введено в литературу в символическом интеракционизме для характеристики социальных форм, которые не укладываются в традиционную социологическую сетку возрастных, половых, религиозных, классовых, политических, статусных и других дифференциаций. Понятие берет свое начало в работах Г. Зиммеля, хотя в процессе развития оно впитало в себя самые разные элементы<sup>180</sup>. В наиболее общем виде социальный мир – это сеть людей, объединенных важной для них коммуникацией, общей деятельностью (чаще всего связанной с решением общих проблем или удовлетворением потребностей), мировоззрением и вырабатывающая свою инфраструктуру. Предполагается, что коммуникация является для них эффективной, интенсивной и связана с их идентичностью<sup>181</sup>. Понятие общей деятельности, разработанное в статьях Г. Блумера, связано с наличием общих конвенций, изменчивостью и разными траекториями данной деятельности. Взгляд на мир характеризует общее мировоззрение и наличие особого дискурса (жаргона или даже арго); наконец инфраструктурное измерение предполагает деятельность мира по созданию своих особых мест (sites), технологий и организационных особенностей<sup>182</sup>. Особенностью любого социального мира является наличие в нем подмиров (subworlds), между которыми возникают ситуации переговоров, споров, подчинения, сегрегации, адаптации и т.д.

Российский этнографический музей, как мы говорили в параграфе 1.2, представляет собой единый социальный мир. Он связан с организационным строением музея, но выходит за его пределы в сторону неформальной коммуникации, этнографической науки, особенностей той или иной деятельности. Невозможно все контролировать и все предусмотреть, и потому социальный макромир отвечает одновременно за дополнительную способность координации внутри и снаружи, чего не может сделать неповоротливый бюрократический механизм. Особенности музейного мира сразу становятся ясными тому, кто попал в него или беседовал с его обитателями. Он связан как с общей музейной идеологией сохранения труда и смыслов людей, живших в истории ранее (инф. 13), так и со специфическими чувствами и

<sup>180</sup> Unruh D. R. The nature of social worlds // Pacific Sociological Review. 1980. Vol. 23. No. 3. P. 271-296.

<sup>181</sup> Shibutani T. Reference groups as perspectives // American journal of sociology. 1955. Vol. 60. No. 6. P. 562-569; Gilmore S. Art worlds: developing the interactionist approach to social organization // Becker H., Maccal M. (eds.) Symbolic interaction and cultural studies. 1990. P. 148-178.

<sup>182</sup> Strauss A. L. A social worlds perspective // Studies in symbolic interaction. 1978. V. 1. P. 119-129.

воодушевлением по отношению к этнографическим вещам. Эти люди соглашаются добровольно, при небольшой оплате (по сравнению, скажем, с бизнесом), дни и ночи заниматься работой с вещами и знанием о них. Причем эти вещи, в отличие от произведений искусства, часто бывают невзрачными на вид, и тем больше привлекают внимание музейных этнографов (инф. 15). Музейного этнографа отличает любовь к этнографии, без которой работать в музее скучно (инф. 17). Эта любовь и подобное мировоззрение порождает свои проблемы, связанные с исчезновением традиционной культуры, с неправильной ее репрезентацией, с ухудшением сохранности вещей, с необходимостью продвижения этой культуры в общество и т.д., которые решаются общими деятельностями музея. Эти виды деятельности, отчасти формально регламентированные, предполагают наличие музейной традиции и интеракции по поводу того, как ими заниматься, а также в некоторых случаях (при больших выставочных проектах) коллективной поддержки всего музея. Эти виды деятельности, будь то выставочная, экспедиционная, контролирующая, меняются со временем (вспомним о важности экспедиций, которая возникла в 1950-е годы), имеют свои траектории и свои органы координации (в 1980-х гг. появился выставочный отдел, в 1990-х – отдел зарубежных выставок). Важный аспект музейного мира – наличие особой неформальной коммуникации. На ней мы остановимся подробнее.

Разделение между формальной и неформальной коммуникацией состоит в том, что первая опирается на информацию, полученную в соответствие с организационной иерархией, формальными механизмами координации и разделением труда<sup>183</sup>. Неформальная коммуникация предполагает, что она служит для иных целей, по большей части удовлетворения личных интересов<sup>184</sup>.

Одна из главных тем, касающихся неформальной коммуникации в музее, – это то, что многие информанты отмечают *дружественную* атмосферу. Один информант (сама хранитель) указывает на атмосферу взаимопомощи между хранителями: «Да все хранители между собой общаются, кто что дает... сотрудничают между собой все... то есть вот – не услышишь «нет», может в следующий раз мы попросим. Здесь как русские говорят: «рука руку моет, а обе руки – лицо». То есть как-то такое взаимодействие, все понимают, что ты сама когда-нибудь захочешь помочь, наверное, и из-за этого они поддерживают друг друга и сотрудничают» (инф. 2). Взаимопомощь в данном случае – это обоюдная помощь в повседневных делах хранителя. Причем информант объясняет это, с одной стороны, рациональной стратегией поведения: если я помогу тебе сейчас, ты поможешь мне потом. С другой стороны, речь идет о

---

<sup>183</sup> Johnson J. D. et al. Differences between formal and informal communication channels // Journal of business communication. 1994. V. 31. № 2. P. 112.

<sup>184</sup> Johnson J. D. et al. Differences between formal and informal communication channels. P. 119.

некотором общем деле («лицо», которое моют обе руки). В связи с последним другой информант отмечает, что работа в музее для некоторых сотрудников - это больше, чем профессиональное дело: «это становится большей составляющей жизни для старших <музейщиков> до сих пор... это ближе к понятию службы, к старому такому понятию России XIX века» (инф. 1). В другом месте она ссылается на то, что строительство выставки становится «общим делом» для некоторой группы людей. Таким образом, атмосфера взаимной выручки возникает не только из рациональных стратегий, но и из понимания, что в музее все делают общее дело.

Другой респондент ссылается уже на непосредственно дружественную атмосферу: «Я обращалась за научным советом, т.е. многие материалы они происходят из контактных зон... или общие проекты, или выставочные проекты, или консультации и советы, не говоря уже о том, что по личным вопросам – здесь достаточно дружеская атмосфера в музее царит» (инф. 8). Стоит отметить, во-первых то, что неформальные коммуникации могут касаться самых разных вопросов и проблем, начиная от научных, заканчивая личными. И любопытно, что информант отмечает, что «материалы происходят из контактных зон», а многие контактные зоны происходят в свою очередь из неформальной коммуникации. Таким образом, это пересекается с тем, что говорит исследователь неформальной коммуникации Джонсон и его коллеги в отношении «полезности» неформальной коммуникации для сотрудников организации<sup>185</sup>.

Другой информант отсылает к понятию *комфорта*, когда говорит о своем отделе: «Они очень комфортны, вот эти маленькие структуры, очень комфортно, когда туда попадаешь, ты фактически попадаешь в семью, тебя стараются как-то чаем напоить, бутербродиком накормить, тебя называют <уменьшительно-ласкательно>. Это вот разительно отличается от, допустим, бизнес-сферы, или той же системы образования» (инф. 1). В этой цитате стоит обратить внимание на то, что неформальная коммуникация и сопутствующая ей комфортная атмосфера ассоциируется с отделом (имеется в виду региональный научный отдел), с которым сотрудник связан больше всего.

Нужно отметить, что все три информанта являются молодыми сотрудниками. Однако мы полагаем, что их интерпретация атмосферы музея как дружеской не связана с их возрастом и стажем. Так, отмечается, что более взрослые коллеги также имеют дружеские отношения друг с другом (инф. 1).

Кроме того, в пользу того, что внутри отделов в музее формируется дружеская атмосфера, опосредованная неформальной коммуникацией, свидетельствует наблюдение за

---

<sup>185</sup> Johnson J. D. et al. Differences between formal and informal communication channels. P. 113.

работой отдела научной документации, где автор провел несколько недель: сотрудники этого отдела, незнакомые друг с другом до своего появления там, тем не менее, совместно справляют дни рождения друг друга, а также отмечают приход Нового Года (за пределами корпоративного праздника, хотя о наличии такового автору неизвестно) (дневник наблюдения 26. 11. 2014).

Теперь перейдем к каналам неформальной коммуникации. На наш взгляд, особенностью неформальной коммуникации является контингентность участников и обсуждаемых тем. Один из главных каналов - это общие места для курения. Здесь не только происходит кратковременный отдых сотрудников от работы, но также и решение важных задач. Так, один респондент-хранитель рассказывал, что только в курилке узнал о причинах отсутствия у себя в фондах одного из экспонатов (инф. 1). В то же время, ритуал курения предполагает еще и коллективное участие, что связано с тем, что перед ним проводится коммуникативная работа по интерpellации других сотрудников, наиболее желаемых, в этот ритуал. Несмотря на контингентность, курение предполагает еще и определенный отбор участников этого ритуала.

Другие места для неформальной коммуникации это обед, посиделки в отделах после лекций и конференций, т.н. кулуары, где могут обсуждаться вещи относительно формальных событий и форм коммуникации.

Отдельно можно отметить строительство выставки как неформальный канал коммуникации: это, во-первых, касается рождения идеи, которая чаще всего, как отмечают информанты, появляется из коммуникации (инф. 16; инф. 1), во-вторых, это касается процесса распределения задания для поиска и отбора экспонатов для выставки. Так, один из информантов отмечает, что в ходе этого процесса происходят разные драматичные ситуации: «Мы ссоримся, потом миримся...» (инф. 20). Наконец, сам процесс строительства выставки также предполагает процесс неформальной коммуникации, связанный с самыми разными темами: смысл и дизайн выставки, личные истории и проблемы, выставочная политика, работа с экспонатами и т.д. (дневник наблюдения, 20. 11. 2014).

В итоге, в организации мы не смогли бы найти чистую формальную коммуникацию, поскольку даже само выполнение функций предполагает обращение к неформальной коммуникации, к неформализованным и не прописанным правилам, к социальным конвенциям и переговорам. В данном параграфе мы попытались кратко осветить некоторые параметры неформальной коммуникации и пришли к выводу, что сама атмосфера в музее предполагает завязывания неформальных знакомств, не связанных исключительно с субординацией, а также поддержание коммуникации, связанной с удовлетворением личных и научных интересов. Стоит отметить три основных паттерна, в которые укладываются новые завязываемые

знакомства. Первый, это *возраст*: т.н. горизонтальные связи (термин одного из информантов) лучше развиты в границах своих поколенческих группировок (инф. 1). Второй паттерн - это *отделы*. Как заметила один из информантов, отделы небольшие. Чаще всего они разбиты на две комнаты, где сидят за столами около 4- 6 человек (где-то больше, как в учетном отделе). Понятно, что такое близкое нахождение друг с другом заставляет вступать в коммуникацию, в результате чего могут образовываться близкие отношения, влияющие на научную работу<sup>186</sup>. Этому способствуют также совместные обеды, чаепития и разные торжественные мероприятия. Не меньшую роль играет и то, что люди в одном отделе объединены общими практиками, или общим регионом исследования и происходит, кроме коммуникации, еще и постоянное неформальное образование. Наконец, третий паттерн, это *формальные события*. Именно на комиссиях, советах и, особенно, строительстве выставок образуются неформальные сети коммуникации.

Вернемся теперь к социальному миру. А. Стросс отмечает, что обыкновенно мы имеем дело с разными подмирами внутри этого мира<sup>187</sup>. Исходя из данных исследования, мы бы отметили три основных социальных мира музея: это научный подмир, административный подмир и функциональный подмир<sup>188</sup>. Конечно, такое деление очень условно, между сотрудниками разных миров могут существовать дружеские связи и неформальная коммуникация, но все же у этих миров зачастую разные интересы, цели и потребности, разное отношение к экспонатам и выставкам и разные обязанности, о которых они часто переговариваются друг с другом. *Научный мир* – это мир научных сотрудников музея, мир людей, которые коммуницируют друг с другом формальной или неформально по научным темам, обсуждают научные проблемы, ссылаются и читают общие книги. Погружение в этот мир предполагает от пришедшего сотрудника, что он выберет интересующую его тему, и освоит определенный пласт литературы, посвященный общим вопросам этнографии и его теме в частности. Так, один из респондентов отмечал, что в первое время своей работы в музее уходил домой с мешком книг (инф. 15). Постоянная неформальная коммуникация и обращение за разными советами по научным и даже личным вопросам – это обычная практика в этом мире (инф. 8). Когда научный сотрудник (приходящий в музей обычно с кафедры этнографии или родственных кафедр археологии или истории искусства) приходит в региональный отдел, его учат также музейным способам обращения с вещью, и если он хранитель – хранительским навыкам и работе с описанием экспонатов (инф. 1). Постепенно его допускают к строительству выставок, что считается важным показателем роста сотрудника (инф. 1).

---

<sup>186</sup> Whittaker S., Frohlich D., Daly-Jones O. Informal workplace communication. P. 131.

<sup>187</sup> Strauss A. Social world perspective // Studies in symbolic interaction. 1978. P. 124.

<sup>188</sup> Для удобства мы будем их называть научный, административный и функциональный миры.



Коммуникация и общая деятельность, таким образом, приводит к формированию идентичности научного сотрудника, а также, видимо, к глубинным связям с изучаемой темой и экспонатами. Научный сотрудник обучается языку, основным концепциям, а также сложной классификации различных техник, материалов, классов этнографических предметов. В этом отношении выпускаемые методические стандарты являются важными составляющими процесса социализации (инф. 14). Сотрудник осваивает основные хранительские, учетные, исследовательские и выставочные технологии, а также получает собственное место в региональном отделе или в фондах. В научном мире РЭМ конвенционально работать долго, часто всю жизнь, причем данная работа становится большей частью жизни, или даже особого рода службой (инф. 1). Из этих особенностей вытекает то, что в научном мире работают люди, заинтересованные в этнографии и в экспонатах. Их интересы могут различаться, но все они ориентированы на то, чтобы заниматься научной работой, выработать концепты, описывать вещи и создавать факты традиционной культуры.

*Административный мир* не предполагает наличие своей темы исследования (хотя это возможно), и даже этнографического (или родственного) образования. При этом, конечно, администрация, в разных ее ипостасях, участвует в научной работе, координирует ее, договаривается с научными сотрудниками о тех или иных проектах. Административный мир часто пересекается с миром науки через разные каналы коммуникации, но, помимо этого, эти каналы направлены и вовне, к Министерству культуры, к другим музеям, к партнерам и друзьям музея. Поэтому администрация занимает некоторое промежуточное положение между музейной деятельностью и окружающим миром. При этом административный мир участвует во многих научных проектах музея (например, конференциях, советах, изданиях музейного журнала), может публиковать статьи в научных сборниках и журналах, однако ее деятельность не носит того этнографического характера, что и деятельность научного мира. Здесь проходит и различие между их интересами: научный мир, или его определенные сегменты, часто заинтересован в новых концептуальных проектах, увеличении возможности показать свои коллекции, продуманности концептуализации и классификации, увеличении финансирования на выставочную деятельность, в то время как дирекция заинтересована в том, чтобы Министерство культуры осталось довольным работой музея, чтобы музейная работа шла в обычном режиме, чтобы проекты выполнялись, чтобы здание музея обновлялось и реставрировалось, в этом смысле у административного мира проблем гораздо больше, и потому иной взгляд на научные проекты. Из этого вытекает особенность сотрудников административного мира заниматься большим количеством разных видов работы. Если для научного сотрудника выставочные концепции, научные статьи и проекты – вот главное поле работы, то для административного мира это отчеты, заявления, справки, и базы данных.

Что касается *функционального мира*, то по сравнению с двумя вышеназванным, этот мир конечно не настолько един, скорее это совокупность разных отделов, которые занимаются разными видами поддержки деятельности двух других миров. Здесь работают люди с разными видами образования (юридическим, социологическим, музеологическим), разными интересами, но объединенные общей деятельности по организации нормального функционирования научной и административной работы. Насколько мы замечали, более неформальные отношения здесь также складываются внутри отделов, где люди работают по многу лет вместе, нежели между отделами. Поэтому определение этого мира как единого – это теоретическое допущение.

Особенно здесь стоит выделить своеобразный *образовательный мир* (вся совокупность педагогов, экскурсоводов, аниматоров, организаторов разных образовательных и развлекательных программ) со своими характерными чертами. Сюда приходят люди либо из региональных отделов, либо через резюме с улицы и здесь требуются уже другие навыки, нежели в научном отделе: владение языками, умение рассказывать, импровизировать, строить новые экскурсионные и образовательные программы (инф. 18). Данный мир не ограничивается только научно-просветительским отделом, в него иногда входят люди и из других отделов, которым интересно организовывать разные мероприятия. Данный мир сталкивается со своими собственными аудиториями из окружения: с детьми, школьниками и студентами, туристами, инвалидами, а также взрослыми, заинтересованными в традиционной культуре. Поэтому их общее дело – это проведение мероприятий, удовлетворяющих интересы этих людей. В этом мире сотрудники не работают с экспонатами (что считается важной частью идентичности для научного сотрудника), и чаще всего не пишут научных статей. В этом мире, как можно заметить, больше энтузиастов музейной работы, а также людей, идеализирующих традиционную культуру, чем в научном мире. Основные пространства данного мира – это залы экспозиций, выставок, помещение детского центра на первом этаже в правом крыле музея, основные технологии – это образовательные и развлекательные: экскурсия, программы, игры, квесты, мастер-классы и т.д.

У нас нет цели описать все основные социальные миры и их сегменты, да это было бы большой натяжкой, полагать, что границы между ними определенные, и что каждый сотрудник принадлежит к тому или иному миру. Но важно сказать, что в каждом социальном мире музея существует также то, что один из информантов называл *нишами* (инф. 9). Это сегменты того или иного мира, которые объединены общими интересами к разным аспектам музейной работы, в которых происходят неготиации и выработки новых идей по отношению к этим аспектам. Так, в научном мире можно выделить нишу *концептуалистов* – людей, которые заинтересованы в построении интересных, концептуальных, завязанных на

интересной идее, выставок. Обычно такие ниши связаны более интенсивной коммуникацией, ссылками друг на друга, и позиционированием себя в отличие от других, а также определенной степенью нормативизации («строить концептуальные выставки – это хорошо»). Любая ниша существует постольку, поскольку позволяет соединить личные интересы, склонности, субъективные влечения, с коллективными проектами и ресурсами. Помимо концептуалистов можно выделить людей, ратующих за применение этнографического знания в ином, не профессиональном контексте. Подобные *популяризаторы* ориентируется на определенные аудитории, которым может быть интересно в той или иной мере этнографическое знание. Один из информантов выразил это через понятие маргинальности: «Вот мне кажется, что вот это хороший ход, который работает на оживление выставки и опять-таки приоткрывает возможности каких-то пограничных контактов – а то, что на границе, это всегда интересно – маргинальность она всегда привлекает» (инф. 9). В данной нише людей существуют даже шутки, которые высмеивают самозамыкание: «Зачем нужна археология – спросили археологи? - Для того чтобы делать счастливым археолога!» (инф. 9). Существуют ниша людей, опять же в научном мире, которым интересна материальная культурная и особенности физической поверхности вещей сами по себе. Часто это люди с археологическим образованием, которые питают особую нежность к «чистым» вещам, и в том числе, к строительству «чистых» выставок (где ничего не мешает рассмотреть орнамент, технику и т.д.) (инф. 8). *Материалисты*, как можно их назвать, отличаются этим от тех, кому интересна вещь в культуре и ее символическое (семиотическое) значение, ее история и социальные отношения вокруг нее. Материалисты настаивают на необходимости классификаций, применении археологических методов, тщательном исследовании экспонатов. Опять же, один и тот же человек может входить в разные ниши, но эти ниши позволяют, на наш взгляд, не чувствовать себя одиноко в социальном мире. Один из информантов также отмечал о существовании особого контингента *выставочников*: «Либо не имеют научной темы этнографической, они полностью реализуют себя посредством выставок, не столько они занимаются разработкой концепций, сколько конкретно экспонированием, они вывозят эти выставки, они их монтируют там, другие едут, другие забирают. Есть в музее определенный контингент, который сконцентрировался непосредственно на выставочной работе» (инф. 15). Данная ниша предполагает наличие людей, которым по разным причинам не интересна научная деятельность, выступление на конференциях и публикации в журналах. Свою тему они все равно имеют, но могут действительно заниматься в основном выставочной работой.

Если воспользоваться избитой фразой, музей – это живой организм, в том смысле, что в нем постоянно происходят разные процессы изменения, а также взаимодействия между разными социальными мирами и сегментами внутри этих миров. Мы постарались описать

только самые общие характеристики социального макромира музея, неформальной коммуникации, входящих в него миров и их сегментов (см. *схему 2.1., приложение 2*). Однако, как того требуют теоретики социальных миров, необходимо от чистой коммуникации идти к инфраструктуре: поскольку музей это не только отношения между людьми, но большое значение имеет музейное здание, документы, сами музейные экспонаты. В силу этого мы полагаем необходимо остановиться на этих особенностях музейной жизни, которые дадут возможность посмотреть на аспекты музейных социальных миров, которые мы упустили, когда смотрели только на людей.

## 2.6. Здание и пространства в РЭМ

В литературе по музеям большую роль придают музейным зданиям<sup>189</sup>. Более того, в этнографии организаций также существует традиция описывать пространственный аспект деятельности<sup>190</sup>. Чтобы отдать должное этой традиции и дать дополнительный контекст для понимания музейной жизни, мы обратимся к краткому описанию музейного здания, а также ряда мест, которые в нем находятся. Британский исследователь Дж. Ло в своей книге «Организуя современность» пишет: «Лаборатория – это переплетение различных мест. Или лучше, сказать, это мешанина (*pastiche*)»<sup>191</sup>. Мы попробуем в данном параграфе последовать за Ло и рассмотреть РЭМ как переплетение мест (но не совсем уверенные, что это переплетение будет мешаниной). При описании мест мы будем стремиться выделить пространственную сеть людей, вещей и документов, чтобы показать разнородность внутри организации, чтобы поколебать то представление о музее как единой целостной машине.

Российский этнографический музей располагается в центре Санкт-Петербурга, на Площади Искусств (*иллюстрация 2.1, приложение 2*). Рядом с ним можно увидеть Русский музей, находящийся в Михайловском дворце, Михайловский театр, знаменитые дома Голенищева-Кутузова, архитектора Жако, дом Вильегорского, здание гимназии при Русском музее и многие другие прекрасные здания. Весь этот ансамбль тянет назвать парадным Петербургом, не просто повторяя избитое туристическое клише, но ощущая внутри пиетет перед величием данных зданий. Построенные в духе классицизма и неоклассицизма в разные периоды времени, эти здания вкупе с Михайловским сквером создают атмосферу восторженности и приобщенности к имперской истории города. Вымощенная плитами

---

<sup>189</sup> Giebelhausen M. (ed.). *The architecture of the museum: Symbolic structures, urban contexts*. Manchester University Press, 2003.

<sup>190</sup> Macdonald S. *Behind the scene in science museum.*; Law J. *Organizing Modernity*.

<sup>191</sup> Law J. *Organizing Modernity*. P. 40.

площадь создает грандиозное ощущение, которое хочется передать словами о цивилизации, высокой культуре, достижении человеческого гения. В то же время необходимо понимать, что в самой этой архитектуре скрыто определенное послание, определенная интенция вызывать подобные мысли, эмоции и образы. И тем более важно отметить, что этнографический музей находится именно здесь, немного в тени «старшего брата» Русского музея<sup>192</sup>. На него также переносятся те эмоции, которые ощущаешь, находясь на площади в целом.

Здание музея было построено в 1911 году (а потом немного подстраивалось до 1916 года) архитектором В. Ф. Свиньным, который занимался также реставрацией и отделкой интерьеров Михайловского дворца, построенного в начале XIX века К. Росси<sup>193</sup>. Оно было построено в модном в тот период неоклассическом стиле, использующим элементы античного стиля и стиля Возрождения. В 1902 году при закладывании фундамента перед Свиньным встала задача построить здание буквально для двух отделов Русского музея: для отдела в память Александра III и для этнографического отдела. Эта задача была им реализована, хотя и не до конца: в музее был построен Мраморный зал, колонны, стены, пилястры, карнизы которого были сделаны из мрамора, добываемого и привозимого из Карелии<sup>194</sup>; этот зал был опоясан горельефом «Народы России»; на подходе к нему был построен огромный парадный аванзал. В то же время Памятный отдел так и не был создан. Не были созданы также и некоторые части музея: отсутствуют помещения фондохранилищ, лабораторий, зал для показа коллекции Памятного отдела<sup>195</sup>. Нужно отметить, что это сильно влияет на деятельность музейщиков: в силу отсутствия помещений для фондохранилищ, многие фонды музея располагаются на месте экспозиций и выставочных залов, что сокращает возможные места для экспонирования (дневник наблюдения, 12. 09. 2014).

Теперь коснемся некоторых мест, связанных с музеем. Начнем с самого музейного пространства: входа, аванзала, экспозиционного пространства (*см. иллюстрация 2.2 в приложении № 3*).

1. **Вход в музей.** Здесь все устроено для посетителей: неподалеку находится кафе, кассы, магазины сувениров, книжный магазин с этнографическими изданиями (в том числе музейными), вниз по лестнице – гардероб, кофейные автоматы и туалеты. Кроме того, здесь

---

<sup>192</sup> Именно с Русским музеем связано множество нарративов сотрудников РЭМ: начиная от рассказов о получении независимости РЭМ в 1934 году (событие, получившее важный институциональный статус в музее), заканчивая некоторый рессентиментом в сторону Русского музея, воплощенного в той шутке, что, поскольку Русский музей и РЭМ имеют разные выходные, то туристам, которые натываются в нерабочий день на закрытую дверь Русского музея, приходится от нечего делать идти в музей неподалеку (инф. 5).

<sup>193</sup> Корпус Этнографического отдела Русского музея - Российский этнографический музей <http://www.citywalls.ru/house23377.html?highlight=%FD%F2%ED%EE%E3%F0%E0%F4%E8%F7%E5%F1%EA%20%E3%F3%E7>.

<sup>194</sup> Там же.

<sup>195</sup> Там же.

расположен пункт охраны с нарядом полицейских, а также объявления и реклама музейных проектов. Вход – это место подготовки к музею, особое лиминальное пространство, в котором человек оказывается только у порога музея. Здесь учителя и воспитатели утихомиривают детей словами «Ведите себя тише, вы в музее!», однако дети еще могут кричать и суетиться, перед тем, как их встретит экскурсовод (многие экскурсии начинаются прямо у входа с истории музея). И одновременно здесь посетители совершают ритуалы перехода в другой, музейный мир через покупку билетов или рекламные объявления.

**2. Аванзал, Мраморный зал, экспозиции.** В своей книге «Цивилизующие ритуалы» канадская исследовательница К. Дункан использовала метафору пребывания в музее как ритуала. Она полагает, что современные музеи – это наследники святилищ и храмов, где посетители испытывают ощущение ухода от внешней реальности, сталкиваясь с аутентичными объектами, которые носят сакральный характер<sup>196</sup>.

На мой взгляд, присутствие в аванзале и Мраморном зале (*см. иллюстрацию 3, приложение 2*) создает именно такой эффект. Этот эффект создают мраморные плиты под ногами, мраморные колонны, высокая хрустальная крыша, массивность и величие архитектурного замысла, горящие светильники, и опоясывающий зал горельеф «Народы России». Возникает ощущение попадания в величественное, монументальное пространство, оторванное от повседневности и не связанное с ним. О последнем могут напоминать только надорванные билеты и зоркие смотрительницы.

*Иллюстрация 2. 4 (приложение № 2)*, сделанная во время полевого наблюдения, демонстрирует, каким является «чистое» выставочное пространство музея. Как видно на фотографии, все витрины и шкафы этой части пусты. И одновременно эта незаполненность указывает на саму выставочную инфраструктуру: о том, как оборудование включено в архитектуру здания, насколько оно удобно располагается для глаза посетителя, насколько оно уже предполагает движение посетителя сначала по одной стороны, затем по другой, насколько оно распределяет дистанцию между экспонатом и посетителем, как белый цвет подставок в шкафах и витринах (и бледный цвет стен в здании) дают возможность вывести экспонат на первый план. Основные практики здесь: это индивидуальные, групповые или экскурсионные прохождения перед витринами, а также возможность посмотреть фотографии или видеоролики, связанные с этнической культурой или жизнью музея на экранах возле дальних стен. В то же время, нужно заметить, что данное пространство не является само собой разумеющимся, мы должны иметь в виду, что оно – результат переговоров и решений между разными членами организации. Так, шкафы возле стен на картинке прикреплены к полу, то

---

<sup>196</sup> Duncan C. Civilizing rituals: Inside public art museums. Psychology Press, 1995.

есть не могут двигаться, что ограничивает возможности музейщиков при строительстве выставок здесь. Например, какое время назад у научных сотрудников возникла идея поставить здесь средства передвижения, которые могли бы хорошо смотреться в этом длинном зале. Однако иммобильность витрин не дает это сделать.

2. **Учетный отдел** (отдел научной документации). Мы уже говорили о функциях этого отдела, теперь попробуем представить этот отдел как сеть вещей, документов и людей (см. таблицу 2.3).

*Таблица 2.3. Вещи, документы и люди учетного отдела.*

Отдел	Вещи	Документы	Люди
Научной документации	Покупаемые или принимаемые в дар экспонаты, шкафы, ящики, телефоны, компьютеры, инвентарные книги	Почти все документы музея: документы о временном хранении, документы о постоянном хранении, учетные карточки, научные паспорта, документы на реставрацию, протоколы заседаний комиссий и советов.	Юрист, лаборанты. Заходят музейщики, хранители.

Учетный отдел – это своеобразная память всего музея, поскольку в нем хранятся все документы (кроме архивных), связанных с выставками, экспонатами, контрагентами и т.д. Но это не только память, это еще и то, что позволяет гладко и незаметно совершаться научной работе. Что было бы, если бы научные сотрудники сами следили за каталогом, сами отбирали нужные карточки, сами бы вносили изменения в них для всего музея, сами переписывались с Министерством культуры и хранили все необходимые данные в систематическом виде? Скорее всего, им бы не хватило времени, чтобы заниматься научной работой. Поэтому данный отдел позволяет научной работе существовать в стенах музея, он берет всю работу с документами, хранением и договорами на себя. Вот выдержка из дневника наблюдений: «Затем я пошел в научный отдел. Там одна из сотрудников дала мне <учетные> карточки, и я пошел их расставлять<sup>197</sup>, чем и занимался ближайшие полтора часа. Карточки натолкнули меня на мысль, что <музейная> наука состоит, с одной стороны, из тех, кто читает, делает выставки и ходит в экспедиции и тех, кто обслуживает их работу и работу всего музея. Вчера собственными руками я вталкивал карточки в каталог и понимал, что без этого каталога и работы <этого отдела> не было бы музея также» (дневник наблюдений, 12. 11. 2013 г). Нужно заметить, как эта обстановка далека от эпичности Мраморного зала или строгого аскетизма

<sup>197</sup> Имеются в виду учетные карточки на вновь поступившие предметы: их необходимо расставлять по порядковым номерам в каталожные ящики.

выставочных пространств. Здесь другие вещи: кипы бумаг, постоянные телефонные звонки, и непрекращающийся поток посетителей со своими требованиями.

3. **Фондовые хранилища.** Фонды представляют собой комнаты для хранения экспонатов. В музее они связаны с региональными отделами. Они делятся на мягкие (текстиль, то есть все, что сделано из ткани, шерсти и т.д.: одежда, ковры и проч.) и жесткие (все экспонаты, сделанные из дерева, стекла, железа и пр.: например, прялки или посуда). Существует отдельные фонды, связанные с хранением оружия (оружейная кладовая), музыкальными инструментами (музыкальная кладовая), драгоценностями (особая кладовая), коврами и войлоками<sup>198</sup> (ковровая кладовая) (см. таблицу 2.4).

*Таблица 2.4. Вещи, документы и люди фондов.*

Отдел	Вещи	Документы	Люди
Фонды	Экспонаты с заполненными научными паспортами, карточками, шкафами, сундуки, полки, оборудование для поддержания нужной температуры.	Инвентарные номера предметов на полках, журнал посещения <sup>199</sup> , бумаги с написанными номерами вещей для отбора, пропуск для посторонних, топокарты	Хранитель фондов, сотрудники отделов, художник, главный хранитель.

В фондах вещи не находятся в таких красивых витринах или шкафах, как в выставочном пространстве музея. Они располагаются рядом друг с другом (или друг на друге) на специальных полках, к которым прикреплены топографические карты – то есть листы с указанием того, вещи какого народа здесь находятся и их порядковый и коллекционный номер. Чаще всего в фонде находится хранитель, который занимается разного рода работой: это прием вещей от одного хранителя к другому, это отбор экспонатов для выставки, это переатрибуция и сверка экспонатов и т.д. Можно сказать, что отношение между вещами и людьми в фондах меняется по сравнению с другими местами музея: так, хранители могут трогать вещи, осматривать их, что предполагает новый вид знания о них. Так, один информант замечает: «Я пятнадцать лет работал в фондах в жестких, и я несколько десятков тысяч вещей перетрогал руками, потому что я их принимал на ответственное хранение. Это такая память, я знаю вещи... не из книг знание, а из опыта непосредственного контакта с этими предметами (инф. 4)». У хранителей часто появляются «любимые» вещи (дневник наблюдения, 19. 10. 2013). Одна из хранителей интерпретировала свое отношение к фондам следующим образом:

<sup>198</sup> Войлоки – эти большого размера шерстяные вещи, использующиеся для разных целей.

<sup>199</sup> В этот журнал заносится информация, кто заходил, по какой причине, когда, либо какая работа была проведена в этот день.



«Хранитель должен за своими вещами следить, что происходит, периодически обеспыливать: работа хранителя, которую он должен <делать>. Надо дом держать в порядке – то же самое делает хранитель» (инф. 2). Если вспомнить, что экспонаты становятся для хранителя на долгие годы постоянными объектами окружения, то можно не удивляться подобным словам.

4. **Региональные научные отделы.** Несмотря на то, что именно здесь происходит основная научная, аналитическая и даже выставочная жизнь музея (в смысле придумывания концепции выставки), эти места довольно аскетичны (таблица 2.5).

*Таблица 2.5. Вещи, документы и люди научных региональных отделов*

Отдел	Вещи	Документы	Люди
Региональные научные отделы	Компьютерные и письменные столы, стулья, шкафы с книгами и документами, фотографии на стенах, обеденный стол, чай, разные фигурки на полках	Предметные карточки, учетные карточки, каталоги, сборники, индивидуальные план-карты	Заведующие отделами, сотрудники отделов, хранители, лаборанты

Научные сотрудники сидят за столами и смотрят в свои компьютеры, у хранителей при этом на столах обычно разложены предметные и учетные карточки, с которыми они работают. Обычно здесь же находится обеденный стол, а также чайник и чашки. Обед обычно происходит коллективно. Стоит отметить, что почти во всех региональных отделах на стенах висят фотографии или рисунки из жизни разных этносов, обычно эти этносы связаны с тематикой отдела, то есть русские в отделе этнографии русских и т.д. Тут же расположены на полках различные этнические фигурки, или вышитые орнаменты. Здесь каждый сотрудник выполняет свою работу, а также происходит коммуникация внутри отдела.

В данном параграфе мы описали не все места, например, не коснулись дезинфекционной камеры, которая работает в музее уже на протяжении 100 лет<sup>200</sup>, или фотоархива и фотолаборатории. В наши цели не входило показать все места, мы хотели лишь продемонстрировать, вслед за Ло, что музей – это переплетение разных мест внутри музея. Каждое из этих мест образует свой режим работы, свое отношение между людьми и между людьми и вещами, свои совокупности практик и даже свои знания и навыки, которые образуются в результате них. Эти места связаны с тем, как тот или иной социальный мир (или его сегмент) располагается в пространстве, а также с тем, как пространство используется, чтобы связать разные миры. Стросс отмечает, что работа с пространством является важным

<sup>200</sup> Нифантова Н. «Старые» лошади // Машины и механизмы. 2012. № 21. С. 89 – 95.

составляющим любого социального мира и подмира, и в этом смысле научный мир вырабатывает для себя комфортные пространства отделов, в которых находятся несколько столов с компьютерами, связанных возможностью личной коммуникации. С другой стороны, большую роль играют хранилища, в которых стоят специальные столы для работы с вещами, библиотека и фототека, также предполагающие возможность индивидуального изучения литературы или фотографий. Пространство административного мира – это отдельные кабинеты со столами, заваленными документами, компьютерами и не переставшими звонить телефонами. Пространство функциональных отделов устроено по-разному, по большей части все они приспособлены для бумажной работы. Однако есть и отдельные пространства, например, детский центр – длинное помещение, с инсценировками, изображениями, фигурами, а также столами и стульями для занятия с детьми, реставрационная мастерская, в которой стоят шкафы с инструментами. Все эти места связаны коридорами и переходами, по которым курсируют музейные сотрудники для выполнения своей деятельности, ради которой нужно заглянуть в разные пространства.

## **2.7. Вещи в музее: основные траектории движения и практики**

В этом параграфе мы уделим внимание экспонатам внутри музея. Вспомним правовое определение музеев: их цель состоит в собирании, хранении, исследовании и публикации экспонатов. В разных музеях количество экспонатов разное, в Российском Этнографическом музее, по разным оценкам, от 500 тыс. до миллионов экспонатов<sup>201</sup> (инф. 4; инф. 14)<sup>202</sup>. Таким образом, их гораздо больше, чем людей в организации. Основные виды практик в музее связаны именно с экспонатами. Поэтому не сказать о вещах было бы большим упущением.

Г. Беккер и А. Стросс в своей статье «Карьеры, личность и социализация» приводят метафору эскалатора в качестве образа карьерных лестниц внутри организаций. Они критикуют «бюрократический» взгляд К. Мангейма на карьеры и показывают в своем исследовании, что внутри организации люди двигаются в самых разных направлениях, не только снизу вверх, с годами и опытом, но и сверху вниз, или горизонтально или как-то иначе. Это зависит от образования, социальных атрибутов, амбиций того или иного сотрудника. Некоторые позиции могут быть более или менее сложными, выгодными, престижными<sup>203</sup>.

---

<sup>201</sup> На сайте музея в разделе «О музее» сказано, что музей хранит 500 тысяч экспонатов: <http://www.ethnomuseum.ru/planiruem-poezdku>.

<sup>202</sup> Ученый секретарь на одной из стажировок назвал число в 547 тыс. экспонатов.

<sup>203</sup> Becker H. S., Strauss A. L. Careers, personality, and adult socialization // American Journal of Sociology. 1956. Vol. 62. No. 3. P. 253.

В отношении экспонатов<sup>204</sup> в музее можно отметить похожую картину: они не равны друг другу и занимают далеко не однозначное положение внутри организации. Более того, вещи могут изменять свое положение, будучи переатрибутированы, изучены, выставлены или списаны. Только в отличие от людей в организации, экспонаты в этнографическом музее ценятся за другие атрибуты: редкость, эстетичность, аттрактивность, длинную интересную легенду и т.д. Эти атрибуты не являются атрибутами самой вещи, они, как и многие другие из атрибутов (например, этничность) аскриптивны. Один из информантов по этому поводу говорит: «Не понятно, что такое этнографическая вещь. Это не объективная характеристика вещи. Она всегда аскриптивна. В зоологическом музее это будет зоологическая вещь, кость мамонта. В нашем музее это будет этнографическим экспонатом, потому что на нем будут знаки, или как орудие, или как амулет» (инф. 4). Однако аскриптивность и через нее порождение этнографической вещи не возникает опять же сама по себе или в голове музейного этнографа. Это длительный и сложный процесс, в ходе которого вещь включается в сеть новых отношений с самыми разными идеями, документами, людьми и другими вещами. С другой стороны, само существование таких отношений проявляет себя лишь в практиках обращения с вещью, которых в музее существует огромное количество. Далее данный параграф мы построим на том, что опишем, что представляет собой сеть аскрипции (или музеификации) экспоната, и далее дадим характеристику типам практик, в которые она включена.

Мы используем понятие сеть метафорически, для обозначения децентрализованной совокупности гетерогенных элементов, соотносящихся друг с другом таким образом, что каждый из элементов является эффектом, продуктом деятельности других элементов. Данное понятие мы берем из словаря акторно-сетевой теории или, иначе, материальной семиотики<sup>205</sup>. Один из основателей материальной семиотики, Дж. Ло, подчеркивает важную роль материальности: речь идет не просто о семиотике, когда один знаковый элемент дихотомии получает свой смысл через другой. Речь идет о том, что здесь задействованы и материальные составляющие, и каждый элемент существует и символически, и материально, потому что существуют другие элементы, «поддерживающие» его в таком состоянии<sup>206</sup>. В данном параграфе мы не будем уходить глубоко в детали теории, скорее попытаемся выразить эту мысль в применении к музею.

---

<sup>204</sup> Нужно заметить, что мы используем понятия вещь, экспонат, памятник для обозначения составляющих фондов РЭМа, как синонимичные, хотя и понимаем, что это лишь один из возможных подходов.

<sup>205</sup> Law J. Actor network theory and material semiotics // Turner B. (ed.). The new Blackwell Companion to social theory. 2009. P. 141-158.

<sup>206</sup> Вахштайн В. Джон Ло: социология между семиотикой и топологией // Социологическое обозрение. 2006. Т. 5. №. 1. С. 25-30.

В чем отличие старой прялки, лежащей на чердаке затерянной вепской деревни от прялки в фондах музея? Казалось бы, отличий нет: мы видим ту же самую форму, орнамент, другие физические характеристики. Однако такое отсутствие отличий обманчиво. Переступая порог музея, вещь обретает совершенно новые характеристики, которых у нее не было, когда на ней пряли, или когда она пылилась бесхозно на чердаке. Прежде всего, вещь включается в *правовые отношения*, которые раньше для нее не существовали. Когда вещь покупается в экспедиции у местных жителей, или у человека, который приносит ее в музей для продажи, или принимается в дар у этих же людей, на нее оформляются специальные документы: либо акт о купле-продаже, либо акт о дарении. Этот документ, заверяемый профессиональным юристом, фиксирует передачу вещи за деньги или в дар, и лишает бывшего владельца авторских прав и прав собственности. Теперь при любом возникающем споре музей может предъявить данный акт и тем самым оправдать в глазах закона нахождение вещи в своем владении. Кроме того, вещь включается в *финансовые отношения*: продается ли она, или дарится, в ходе Экспертно-фондово-закупочной комиссии (ЭФЗК) определяется ее стоимость, в том числе страховая, что само по себе довольно сложный и трудоемкий процесс. В-третьих, вещь обретает *ряд атрибутов*. На нее оформляется научный паспорт, о котором уже шла речь, который фиксирует четыре основных группы атрибутов: учетные данные (из сколько единиц состоит вещь, ее номер в музее, тип вещи, откуда поступила и т.д.), общие этнографические характеристики (название, этническая и типологическая принадлежность), морфологическое описание (размеры, материал, техника, надписи, сохранность и проч.), информация о «жизни» предмета до музея и в музее (когда, кем была изготовлена, как использовалась, а также, сколько реставрировалась, где и когда публиковалась в музее и проч.). Эти атрибуты аскриптивны, они представляют собой дополнительные тексты, которые, по замечанию одного из информантов, делают вещь видимой в музейном мире (инф. 13). Видимость заключается в том, что при наличии данных атрибутов вещь может быть включена в ряд музейных практик: исследование, хранение, выставление, реставрация и т.д. После оформления научного паспорта (или вместе с этим) вещь включается в физическую сеть фондов: ее помещают на определенную полку определенного стеллажа, и она лежит вместе с другими предметами. Помимо этого, нужно отметить, что вещь включается и в *коммуникационное пространство* музея: о ней начинают говорить, спорить, узнавать через нее новые особенности культуры традиционного этноса, обсуждать, может ли она стать частью той или иной выставки. Кроме того, экспонат входит и в *ресурсное пространство* музея: теперь его можно использовать в научных целях и для выставления. В ресурсном пространстве вещь может играть роль выставочного экспоната, который всегда выставляется, потому что обладает эстетикой и красотой форм и орнамента, либо это может быть исследовательский экспонат, не годящийся

для выставки, но интересный с научной точки зрения (инф 3). Таким образом, можно сделать следующую схему музейфикации предмета (схема 2.2, приложение № 2).

На самом деле таких отношений гораздо больше, например, отношения с личностным знанием хранителя<sup>207</sup>, включенность в научное этнографическое пространство и т.д. Здесь мы выделили лишь основные отношения, чтобы показать, что вещи, физически оставаясь, казалось бы, прежними, почти полностью меняют свои атрибуты. Но даже физически вещь не остается прежней: включаясь в физическое пространство фондов, она включается в систему поддержания искусственного климата, которая консервирует ее состояние и замедляет ее «старение» и порчу. Поэтому при выставлении, особенно длительном, происходит ухудшение сохранности вещей (инф 10).

Далее стоит отметить, что выделенные нами отношения не включаются автоматически, как только вещь оказывается в музее: каждый раз для связывания вещи с каждым из выделенных пространств необходима индивидуальная или коллективная практика музейных сотрудников. Некоторые практики проходят довольно гладко: завести акт о купле-продаже на новую вещь для музейного юриста не составляет проблемы. Некоторые же практики оцениваются неоднозначно и сохраняют внутри себя споры и дискуссии. В ходе включенного наблюдения мы были свидетелем того, как описывался подаренный музею предмет. Дело происходило во временных фондах, своеобразном музейном лимбе, где находятся вещи, ждущие своего утверждения как музейные на ЭФЗК. В фонде находился музейных юрист, мы и хранитель оружейной кладовой (эксперт), которого вызвали для атрибуции поступивших (подаренных) вещей: длинного кинжала и серебряной трости. Несмотря на длину, мы приведем свою дневниковую запись целиком, чтобы иметь возможность посмотреть, с помощью какой «магии» атрибуции вещь становится музейной<sup>208</sup>.

*«Эксперт (Борис) пришел, сел возле клинков. Григорий сел за компьютер и открыл файл. Эксперт взял первый клинок, вынул его из ножен, смотрел секунд 20, затем перевернул и сказал: «Хорошо, работаем». И начал диктовать Григорию: «Клинок состоит из дамасской стали двухсторонней заточки, с двумя долами, смещенными от центра». Григорий переспросил еще раз (видимо он не знал, что такое значит смещение от центра). Борис сказал: «Ну, дол, смещенный от центра» как нечто само собой разумеющееся. Затем он сказал, поглядев на ручку: «Рукоятка кинжала состоит из двух щечек из черной кожи... на лезвии слова: «Кизляр... сделано в России».*

*Интересными были еще два момента: когда Григорий спросил его, какой народ<sup>209</sup>, Борис долго думал, а потом ответил саркастически: «Какой народ... бизнесмены». Видимо, сама эта необходимость определения народа улавливается экспертами как порой не имеющая отношения к делу – особенно это касается сувенирных, как в данном случае, изделий.*

<sup>207</sup> Полани М. Личностное знание. М, 1985.

<sup>208</sup> Имена главных героев изменены.

<sup>209</sup> То есть об этнической атрибуции экспоната.

*Во-вторых, Григорий спросил о сохранности, Борис сказал: «пиши, потерт, испачкан» и потом добавил: «Это универсальная фраза, если кто-то спросит, почему написано, что потерт, а он не потерт, можно сказать, что отреставрировали...». Это замечание также меня заинтересовало, поскольку получается, что эти классификации вовсе не так уж и однозначны и интерпретируются внутри музея по-разному.*

*Вторая вещь была посерьезней, это была длинная (около полутора метров) медная трость с набалдашником в виде головы «хищной птицы» со скрытым клинком. Борис взял ее, встал, походил с ней, затем несколько раз он сделал ей движения ударов – рубящих и защитных (подумать страшно, что он делает у себя в хранилище со всеми своими богатствами!), затем опять сказал: «Так, работаем» и начал диктовать что-то вроде: «Клинок односторонне заточенный с двусторонней заточкой ближе к острию...» посчитал все вставки и касты, указал, что в глазах птицы нет камней, что сделана рукоять из листового серебра, но потом обратил внимание, что зеленые окислы говорят о том, что, быть может, это не серебро, а медь, и попросил, чтобы сотрудник особой кладовой пришла и капнула на клинок раствором, чтобы определить <серебро это или медь>. Видимо, есть большая разница, является ли клинок серебряным или медным – от этого он пойдет в разные хранилища (в оружейную кладовую, если медный, либо в особую кладовую если серебряный).*

*Вопрос о происхождении (народе) также поставил его в тупик: он сказал, что не специалист по тростям и что видимо трость с Кавказа или Средней Азии, но он не знает, сказал, что это, видимо, городская культура, что вещь делалась «только для понтов» и реально ей трудно кого-то было убить или покалечить, что трости были распространены в конце XIX века, в том числе со скрытым клинком, даже в деревнях» (дневник наблюдения, 23. 10. 2013 г).*

Итак, как же вещь приобретает свои атрибуты? Во-первых, внутри практики, которая требует не только людей, но и компьютер и документ, куда вносятся данные об атрибуции. Во-вторых, эксперт производит интерпретацию вещи, опираясь на свое знание о ней, а также на стандарты описания оружия, изложенные, в том числе в «Системе научного описания музейного предмета»<sup>210</sup>. В-третьих, вещь не всегда четко встраивается в классификацию, порой возникает момент, когда тот или иной атрибут не определен, либо не соответствует некоторому идеальному состоянию. Например, атрибут народа. В данном примере видно, что кинжал было трудно атрибутировать этнически, потому что он был произведен каким-то предпринимателем, видимо с целью наживы (как сувенир). Тем не менее, стандарт описания вынуждал все же причислить вещь куда-то. Вторая вещь, трость-клинок, использовалась, как отмечает эксперт, и в Средней Азии и на Кавказе, и в городе, и в деревне, поэтому четко ее атрибутировать также было затруднительно (это требовала более детальной работы). Сложность атрибуции состояла не только в аскрипции этноса или места происхождения, но и материала: трость казалась серебряной, но окислы говорили в пользу того, что это медь. Только последующий эксперимент: капание реактивом на трость, показало, что она все же серебряная. Таким образом, атрибуция проходила не только через знания музейных сотрудников, но и через этот своеобразный эксперимент.

---

<sup>210</sup> Система научного описания музейного предмета. С. 77 – 92.

Удивительно, но атрибуция вещей влияет на то, какую позицию она занимает в музее. Начиная с того, что на закупочной комиссии (ЭФЗК) как замечает информант, постоянно происходят споры относительно того, «наша вещь или не наша» (то есть этнографическая или нет) (инф. 4). Особенно проблематична этническая атрибуция, казалось бы самая явная. В музейной этнографии выделяют две позиции, по которым атрибутируется привезенная вещь: изготовление и бытование (кем была изготовлена и кто ее использовал)<sup>211</sup>. Споры возникают из-за того, что в определенных случаях выявить, кем изготовлялась или у кого бытовала вещь невозможно и потому вещь определяется по другой похожей вещи, находящейся в музее, что не предполагает, что они обе принадлежат именно одному этносу (инф. 4). Возникает ряд ситуаций, когда вещь атрибутируется как принадлежащая одному этносу, а хозяин вещи ассоциирует себя с другим этносом, что также приводит к спорам. Кроме того, часто ведутся споры по поводу сувенирной продукции, является ли она этнографической. Как замечает информант, для некоторых народов подобная продукция – «часть этнической самоидентификации», поэтому привезенный экспонат этнографический, несмотря на то, что сделан современными мастерами и на заказ (инф. 4).

Соответственно, от этнической атрибуции зависит, в какой фонд пойдет вещь. Кроме того, на комиссии вещи делят на основной фонд и научно-вспомогательный, во второй идут вещи, в которых либо проявление этнического признака неявно, либо они не связаны с тематикой и коллекциями музея (например, чучело птицы) (инф. 2). Внутри этих фондов вещи по-разному описываются и по-разному используются (естественно, вещи из вспомогательного фонда не поедут на зарубежную выставку). Кроме комиссии, происходит также дополнительная работа по переатрибуции, которая воспринимается музейными сотрудниками как научная: «...если идут новые вещи, это надо перемирать, предметы, они же имеют – кто-то сужается от хранения, кто-то наоборот становится больше – вытягивается, постоянно размеры, которые зафиксированы в учетных карточках, они уже полностью не соответствуют современным размерам... много хранителям приходится работать с новыми предметами – как бы заново их описывая» (инф. 15). Таким образом, меняются и сами физические параметры вещи, что влияет на то, будет ли вещь выставлена, сможет ли она пережить очередную выставку, или вообще, правильно ли она этнически атрибутирована.

Отношения, выделенные нами, формируются, как было уже показано, в ходе практик. Теоретики практик дают этому понятию следующее определение: «это телесная совокупность действий внутри материально-оснащенной ситуации, предполагающей разделяемые

---

<sup>211</sup> В то время как в академической этнографии это самосознание, территория, объективные-субъективные факторы (инф. 4).

практические понимания участников»<sup>212</sup>. Мы уже дали описание одной из практик – атрибуции новой вещи экспертом, но нужно заметить, что в музее можно выделить большое количество практик, связанных с вещами. Следующая таблица показывает один из самых важных (*таблица 2.8, приложение № 10*).

Важно заметить, что внутри этих практик вещи предстают по-разному. В разных практиках будут задействованы разные атрибуты. Мы постараемся схематично изобразить подобное избирательное использование (*схема 2.2, приложение № 11*).

Это проявляется и в интервью. Так, один из респондентов, работающий в функциональном отделе, говорит: «Для меня музейные предметы – это списки для выставки, которые уходят. Я их вижу исключительно только на фотографиях, которые я отношу в минкульт или отвожу, и списки, которые я перевожу, – вот для меня в принципе предметы» (инф. 5). Для экскурсоводов вещи на выставке – это иллюстрация для определенной выставочной концепции: «На временных выставках другая задача – представить основную идею выставки и соответственно уже экспонаты, которые составляют эту выставку, они выступают в роли иллюстрации к основной идее» (инф. 18). Для исследовательской работы вещи выступают как начало работы мысли, как триггер для дальнейшей работы с вещью. Во время моего полевого наблюдения сотрудник особой кладовой рассказывала мне, что у нее есть ряд вещей, которые не имеют никакой информации об изготовлении и бытовании, и ее дело – найти в архивах и публикациях упоминания о ней. Для приема и экспертизы вещи она представляет собой проблему, которую нужно решить, то есть атрибутировать и сделать частью фондов. Для комиссий и советов это повод поспорить относительно идентичности этнографических вещей, а также собственных эпистемологических оснований. Для хранителей вещи – это объекты заботы, но одновременно и способ познания (через прикосновение, разглядывание, получение информации о вещи из других источников) (инф. 10).

Как даже видно из схемы, эти практики пересекаются (порой даже совершаются одним и тем же человеком), существование вещи в одной практике влияет на возможность других практик: например, собирая вещи в поле, этнограф уже прикидывает, как она будет атрибутироваться, где она будет храниться и, может быть, можно ли ее выставлять. Так же, делая выставку, музейщики предполагают, какой будет экскурсия, и как ее можно будет использовать.

В заключение мы сделаем три теоретических замечания. Первое: этнографические экспонаты в музее представляют собой то, что последователь символического интеракционизма Стар называет *пограничным объектом* (boundary object). Под ним понимается

---

<sup>212</sup> Schatzki T., Knorr-Cetina K., von Savigny E. (ed.). The practice turn in contemporary theory. Psychology Press, 2001. P. 11.



некоторая вещь, которая участвует в разных практиках и соотносится с разными группами, но в то же время, сохраняет некоторую структурированность, чтобы поддерживать свою «материальную идентичность»<sup>213</sup>. На примере этнографических объектов мы видим, как они встраиваются в самые разные практики благодаря своим физическим характеристикам и атрибутам, которые аскриптивно ей приписываются. Они удовлетворяют нужды самых разных социальных миров внутри музея благодаря своей интерпретативной гибкости и при этом остаются для них для всех общим делом, пересечением музейной идеологии, политики, повседневных практик и отношений.

Во-вторых, вещи не просто участвуют в разных практиках, они также как и люди, имеют свои карьеры. В зависимости от того, какие физические (и эстетические) характеристики вещь имеет, в какой фонд какого отдела она попадает, какая легенда с ней связана, вызывает ли она научный интерес музейщика, какие выставки будут строиться, вещь оказывается втянутой в разные научные, выставочные, публикационные проекты, что влияет на ее сохранность, но повышает ее «видимость» для разных социальных миров в рамках музея и за его пределами. У драгоценных, роскошных вещей больше шансов попасть на выездную выставку, и быть увиденными большим количеством людей, и соответственно, повлиять на их представление о разных культурных традиционных образах. У вещей заядлых, полежалых, «обыкновенных» таких шансов меньше, однако они могут реализоваться в других практиках, например, исследовательских: «Я тоже говорил, что существует негласное деление всех экспонатов – на для выставки (около 1% или 0, 01%) и для негласной работы – и такая замкнутый цикл этих вещей. Потому что для выставки мы берем самые красивые роскошные, не всегда типичные, архаичные вещи, а для работы – их никогда не видят зрители, они не аттрактивны для стереотипов, интересны только для исследователя» (инф. 4).

В-третьих, как видно из параграфа, вещи в музеях во многом зависят от людей, которых их выбирают, оценивают, атрибутируют, выставляют, хранят, реставрируют. Поэтому можно сказать, что в отношении между вещами и людьми в музее действует парадигма *патернализма*. Это понятие использует философ истории Э. Доманска, характеризуя «защиту в отношении вещей, когда люди приписывается ответственность за них»<sup>214</sup>. Эта парадигма отличается от парадигмы ориентализма, когда люди безответственно используют и колонизируют природные, вещные и животные ресурсы, а также от парадигмы коммунализма, которая подчеркивает реципрокность, взаимную вовлеченность и этическое отношение к не-

---

<sup>213</sup> Star S. L. This is not a boundary object: Reflections on the origin of a concept // Science, Technology & Human Values. 2010. Т. 35. №. 5. Р. 601-617.

<sup>214</sup> Domanska E. Return to things // Archaeologia Polona. 2006. Vol. 44. Р. 171 – 185.

человекам, основанную на близких отношениях<sup>215</sup>. В том, что патернализм является доминирующей парадигмой в музее, нет ничего удивительного: одна из главных музейных идеологий сегодня – это сохранение культурного наследия и убеждения общества в том, что такое сохранение необходимо (инф. 13). Музеи представляют собой буквально патерналистские «поезда» во времени, которые собирают культурное наследие для того, чтобы затем передать его потомкам. То есть фактически музеи противостоят в этом парадигме ориентализма. В то же время некоторые моменты *коммуналистской* парадигмы в музее также есть. Ее можно заметить в том, что у некоторых музейных сотрудников есть любимые вещи (дневник наблюдения, 19. 10. 2013г), что хранители очень близко общаются с вещами, формируя не только свои знания о них, но и свою идентичность как музейных сотрудников и этнографов. Эти примеры говорят в пользу того, что этнографическая вещь порой теряет четкие научные и музейные атрибуты и приобретает характер Другого, отталкиваясь от которого музейный сотрудник познает себя.

## **2.8. Связь РЭМ с другими социальными группами и институтами**

В параграфе 2.3. мы показали, какие отношения существуют между РЭМ и государством. В этом параграфе мы опишем отношения между музеем и другими организациями, социальными мирами и индивидами. Нужно отметить, что, несмотря на бытующее убеждение, что музеи работают исключительно для посетителей (туристов, экскурсионных групп и т.д.), их взаимодействие с различными общественными институтами гораздо более многообразно. В данном параграфе мы остановимся на отношениях, которые отмечали сами информанты как важнейшие для музея: со средствами массовой информации, образовательными учреждениями, научным миром, другими музеями, представителями диаспор, реконструкторами, музыкантами. Отметим, что мы не делаем разграничения, которое могут делать сами информанты, между партнерами (музеями, вузами, СМИ) и аудиториями (посетителя, дети, школьники, пенсионеры и проч.) (инф. 27). Для нас они все составляют другие социальные миры, с которыми взаимодействует музей.

Один из информантов отметил, что во взаимоотношениях со СМИ у музея нет внятной политики: «...у нас нет службы, она не организована, у нас отсутствует, и здесь со мной согласятся все сотрудники, - какая-либо реклама и работа над имиджем музея... считается, что мы и так как бы есть, и рекламы поэтому нет» (инф. 6). Говоря о рекламе, прежде всего, новых выставок, другие информанты отмечают, что больше всего с музеем работает издание «Афиша»: «Спасибо девочке Ане, она раз в две недели присылает письмо, что до завтра

---

<sup>215</sup> Ibid.

прислать все выставки, так мы периодически выживаем, выезжаем на Афише» (инф. 5). На вопрос о других изданиях, то этот же респондент отметила, что «за ними нужно бегать, а эти <Афиша> сами бегают» (инф. 5). Помимо рекламы в «Афише» отмечается, что некоторые рецензии выставок появляются иногда в старейшей газете Петербурга «Санкт-Петербургские ведомости», а также небольшие промо-ролики по утрам на канале «Петербург» (инф. 5)<sup>216</sup>. Что касается больших межмузейных и международных проектов, то на открытие таких выставок обычно много журналистов, поскольку на них бывают официальных лиц (инф. 6).

Один из информантов отмечает, что проблема музея состоит не только в отсутствии грамотной политики взаимодействия со СМИ, но и в том, что сами журналисты не обладают таким уровнем знаний и подготовки, чтобы судить об открывающихся выставках: «... у нас отсутствует подготовка специализации журналистов на таком узком сегменте культуры как освещение культурных событий. Еще более-менее по театрам, по концертам, по художественным выставкам, но по всем другим – нету специалистов, единицы в Москве, в Питере – нуль. То есть отсутствие профессионализма вообще. Поверьте, со сколькими я общалась и молодыми, у которых просто явное отсутствие культуры как таковой» (инф. 6). С другой стороны, те журналисты, которые обладают нужным уровнем культуры и связей в журналистском мире отмечают неактуальность освещения для них данных культурных событий: «Звонишь, говорит: не актуально, не интересно, не будем, не придем, денег нет, времени нет, все» (инф. 6).

В то же время музей сотрудничает не с информационными, а с другого рода СМИ: фонды музея, само его здание, а также экспертные оценки музейных сотрудников привлекают российские и западные телевизионные каналы для съемок передач, документальных и фильмов, телевизионных игр. В 2013 году музей посетила компания «Оксфорд-ТВ», являющаяся частью британских ВВС для съемок некоторых предметов из фондов музея для документального фильма про евреев (инф. 5). В апреле-мае 2014 года на экспозиции, посвященной русской этнографии, продолжалась съемка документального фильма, посвященного отмене крепостного права, причем экспозиции использовались как фон для говорящего ведущего (инф. 8). Один из информантов участвовал в телешоу на канале «Культура» «Ночь в музее», которая снималась также в музее и которая была сфокусирована на вопросах, связанных с традиционной культурой; сам же информант играл роль эксперта, давая правильные ответы (дневниковые записи, 20. 10. 2013). Кроме того, тот же самый информант участвовал в программе «Наблюдатель» на том же канале «Культура», в которой обсуждались вопросы отношения к детству в традиционной культуре (там же). Помимо этого,

---

<sup>216</sup> А также реклама на телеэкранах в общественном транспорте Петербурга.

сотрудники музея выступают и как эксперты для художественных фильмов (один из них консультировал художественные фильмы «Кукушка» и «Полумгла»). Часто к ним обращаются и информационные СМИ с целью общего комментария по тому или иному празднику или дате (например, один из респондентов давал краткое интервью одной журналистке по поводу праздника Масленицы) (инф. 4). Тележурналисты также брали интервью у одного из сотрудников-организаторов т.н. «Этноджема» в музее (свободной импровизации на этнических инструментах): инициативы, которая предполагала своеобразную музыкальную терапию в стенах музеев. Эта инициативы была новой и оригинальной, что и вызвало интерес журналистов с канала 100ТВ (дневник наблюдения, 4. 10. 2014).

Таким образом, взаимодействие со СМИ происходит либо в целях продвижения музея, что, однако, не имеет четкой политики, либо СМИ заинтересованы в экспертных знаниях или экспонатах музея. При этом отмечается, что журналисты СМИ не имеют достаточной квалификации для комментариев о музейных проектах.

Взаимоотношения с образовательными учреждениями в музее более развиты: буквально все группы, начиная с детского сада, и заканчивая студентами, так или иначе включены в деятельность музея. Другой вопрос, что такое включение не сплошное, а зависит как от проектов самих музейщиков, так и от взаимных интересов сторон. «У нас была выставка, - отмечает один из информантов, - «Мир детства», мы показывали комплекс предметов, связанный с детским миром, от рождения ребенка до вступления в брак и один из разделов выставки был посвящен современным детским рисункам; я тогда, помню, договаривалась с преподавателем из дома детского творчества... у нас был целый стенд современных детских работ» (инф. 9). Кроме того, дети приходят на экскурсии вместе с воспитателями детских садов, хотя, как отмечает другой информант, после ряда аварий в городе, детским садам было запрещено возить детей на автобусах. Правда, остаются еще частные детские сады, которые продолжают ездить (инф. 18).

Школьники, в том числе из начальных классов, также составляют «большой процент клиентов». Экскурсоводы и методисты музея занимаются разработкой экскурсионных программ, которые могли бы учитывать школьные курсы: «Есть часть программ школьных, которые напрямую завязаны на наш музей, можно рассматривать наш музей как возможность дополнительно расширить школьную программу, - это естественно «Окружающий мир» для начальной школы... к моей большой печали не приходит старшая школа, 9 класс, а зря, потому что в рамках экономической географии... мы можем говорить о том же самом, как формируется экономика... единые законы существования на то или иной территории» (инф. 18). Помимо этого в музее также есть программа экскурсий, завязанная на учебник «Основы

мировых религий», где освещаются основные аспекты этой темы на примере экспонатуры РЭМ (инф. 18).

Кроме детских садов и школьников в музей также ходят студенты, особенно из училища им. Штиглица и из Санкт-Петербургского института технологии и дизайна: «Студенты приходят рисовать костюмы, случается сезон и в РЭМ набегают студенты, раскрывают клеенки, ставят стульчик и старательно зарисовывают костюмы, это, в общем, обязанность» (инф. 1). Некоторые из подобных студентов заказывают «региональную» тематику (т.е. Кавказ, Среднюю Азию, Сибирь). Помимо них ходят курсанты, студенты, интересующиеся конфликтологией, этнопсихологией (18). Музей также посещают учащиеся Санкт-Петербургской консерватории им. Римского-Корсакова, один информант отмечал, что он преподает у них этномузыкологию (инф. 12).

Если говорить не только о посетителях и проходящих студентах, то ряд научных сотрудников работает одновременно и в вузах: в СПбГУ, в СПбГУКИ (а директор РЭМ занимает там должность заведующего кафедрой музеологии), в РГПУ им. Герцена, Университете технологии и дизайна, где занимаются преподаванием и научной работой.

В свете этого, связь с образовательными учреждениями у музея более плотная, чем со СМИ, что связано с тем, что многие школы и вузы работают с музеем, заказывают экскурсии, либо же сами научные сотрудники связаны с образованием.

Сам музей в 1977 год получил статус научно-исследовательского института с возможностью защищать по специальности этнография. Ряд научных сотрудников музея позиционирует себя как этнографы, и потому взаимодействие с академическим миром для них очень важно. Среди подобных взаимодействий можно назвать ежегодные конференции «Этнографические чтения», которые проводит РЭМ, и где участвуют этнографы из Музея Антропологии и Этнографии (МАЭ), Института Этнографии и Антропологии в Москве (ИАЭ), научные сотрудники других музеев. Один из информантов на вопрос о важных событиях для музея отметил Конгресс этнографов и антропологов, фольклористов (инф. 6). Кроме того, респонденты активно участвуют и в конференциях, которые организуют другие научные учреждения, например, конференции «Антропология города», проводимой ИАЭ, «Лавровские чтения» для исследователей Кавказа в МАЭ (Кунсткамера). Не менее важным являются семинары, которые проводятся в самом музее (например, семинар «Pro-Za», где обсуждаются злободневные этнографические проблемы), а также в МАЭ («Традиция в квадрате»), в Европейском университете в Санкт-Петербурге, в СПбГУ.

Мы перечислили только самые явные взаимодействия с научным миром, но на самом деле их гораздо больше, особенно если принять во внимание различные неформальные связи и рождающиеся из них научные проекты.

Отношения с другими музеями можно условно разделить на сотрудничество, патернализм и конкуренцию. Сотрудничество наблюдается тогда, когда организуются межмузейные экскурсионные программы (сейчас в РЭМ действуют программы «Музейная радуга», «Большая регата», программа с Ленинградским зоопарком (инф. 18)), устраиваются общие конференции (в том числе по «обмену» музейным опытом<sup>217</sup>), а также организуются общие выставочные проекты. Из наиболее примечательных общих проектов последних пяти лет можно отметить сотрудничество с Казанским Кремлем во время и после Универсиады в Казани в 2013 году, выставку в Грозном в 2014 году, выставку в Минске и другие. Информанты также отмечали взаимодействие с Музеем истории религии, Музеем Арктики и Антарктики, а также Музеем Мирового океана, но не конкретизируя, в чем оно состоит (инф. 1).

Отношение конкуренции информанты отмечают в основном по отношению к МАЭ (Кунсткамере): «Мы прямые конкуренты, если с остальными музеями можно партнерские отношения заводить, то с Кунсткамерой мы конкуренты, которые говорят об одних и тех же вещах. Кунсткамера относится к Академии наук, она научный институт, мы имеем отношение к Министерству культуры, мы культурное учреждение. Есть определенное соперничество, болезненное между нашим музеем и Кунсткамерой. Каким образом оно появилось? Бог его знает, но это всегда было, поэтому с Кунсткамерой мы ничего общего не проводим» (инф. 18). Правда о прямом соперничестве говорил только данный информант, который отвечает за экскурсионные программы в музее. Остальные информанты только отмечают разницу между статусом и особенностями музейной работы в этих двух организациях. В научном отношении, как уже говорилось, РЭМ и МАЭ вполне себе сотрудничают, участвуя в конференциях друг друга. Респондентами не проговаривалось, но отношения конкуренции можно увидеть и в том, что в музее есть экскурсионная программа, связанная со школьным курсом «Основы мировых религий», что фактически отбирает хлеб у петербургского Государственного музея истории религий, где могут проводиться подобные же экскурсии<sup>218</sup>. Небольшая конкуренция существует и с художественными музеями, например, Эрмитажем. Так, когда в РЭМ проходила непрофильная выставка-ретроспектива бельгийского художника Джеймса Энсора, один из сотрудников Эрмитажа высказал мнение, что он должно висеть в Эрмитаже (инф. 5). В этом смысле Эрмитаж позиционирует себя как музей высокого искусства, а РЭМ как музей

---

<sup>217</sup> Один из информантов рассказывал, что ездил на конференцию в Японии, где делал доклад по теме «Использование чердачных и подвальных помещений в музейных целях» (инф. 5)

<sup>218</sup> Нужно отметить, что заместитель по научной работе в Государственной музее истории религии отрицает существование конкуренции, более того, в интервью она сообщила, что впервые от интервьюера слышит о такой программе внутри РЭМ (инф. 27).

прикладного искусства, поэтому любые поползновения к изменению этой позиции могут распознаваться как конкуренция.

Патернализм в РЭМ проявляется, прежде всего, в отношении более мелких, провинциальных этнографических и краеведческих музеев. Один из информантов отмечает: «Функция такого большого музея как наш, - мы должны обучать сотрудников других музеев» (инф. 15). Обучение проходит посредством стажировок. Каждый год музей вывешивает план стажировок, и сотрудники более мелких музеев приезжают учиться азам научной, музейной или экскурсоводческой работы. Помимо стажировок патернализм строится и на написании методических пособий для других музеев. «Сейчас мы приступаем к созданию методического указания для всей страны, - говорит один информант, - для музеев этнографического и исторического профиля, хранящих народный костюм, мы составляем систему описания народного костюма... мы как методический центр страны, мы выпускаем сборник, где написано: «рубашки бывают такого и такого покроя»» (инф. 14). К этому же типу пособий относятся выпущенные музеем методические указания к описанию музыкальных инструментов, средств передвижения, а также общемузейная «Система научного описания музейного предмета». Кроме того, один из методистов музея также выпустила книгу, о которой уже говорилось в параграфе 2.3: «Принципы показа этнографических материалов в экспозициях краеведческих музеев», из названия которой понятно, на какую аудиторию она направлена. Наконец, патернализм проявляется и в том, что некоторые сотрудники участвуют в создании небольших школьных и краеведческих музеев по всей стране. «У <информанта> был проект: он создавал в одной из Вологодских небольших школ с количеством учеников всего девятнадцать человек школьный этнографический музей своими силами и он надеется, что эту школу, может быть, из-за этого не закроют» (дневник наблюдения, 20. 10. 2013г).

Разумеется, эти паттерны (сотрудничество, конкуренция и патернализм) нельзя считать абсолютно ригидными и неизменными. Между музеями могут существовать разные каналы взаимодействия с разными паттернами, как, например, между РЭМ и МАЭ существует соперничество по поводу экскурсий и сотрудничество в научных вопросах.

Помимо отношений с образовательными, научными и музейными организациями, РЭМ взаимодействует также с отдельными социальными мирами и индивидами. Здесь стоит отметить взаимодействие по поводу экспонатов и знаний о традиционной культуре с непрофессионалами, то есть с народными художниками, общественными организациями и коллекционерами. Народные художники – это люди, которые занимаются творчеством, используя образы и знания из традиционной культуры. Есть ряд художников, с которыми РЭМ взаимодействует, например этноклуб «Параскева», которая помогает музейным сотрудникам в строительстве выставок и проведении стажировок (инф. 9). Многие художники приезжают на

стажировки и мастер-классы, которые проводят музейные сотрудники. Часто между музейщиками и художниками возникают споры из-за видения этнографических вещей. Поскольку художники ориентированы на творческое переосмысление традиции и к тому же на продажу своих изделий, то их взгляды на традиционную культуру могут расходиться с взглядами этнографов. То же касается и различных этнографических фестивалей. Один из информантов рассказывал, как ей на празднике Сабантуй пытались продать обереговую татарскую куклу, которых, как она прекрасно знала, в традиции (по крайней мере, в фондах РЭМ) никогда не существовало (инф. 9). С коллекционерами отношения также различные: с одной стороны, коллекционеры помогают музею, спонсируя его, продавая часть своих коллекций и даже помогая быстрее пройти таможенный контроль, заменив некоторые музейные вещи своими (дневник наблюдения, 17. 10. 2013г.). С другой стороны, с коллекционерами возникают отношения конкуренция по поводу экспонатов: «Есть еще собиратели, которые выезжают в поле, условно говоря, приобретать вещи, потом музейные работники локти кусают, что не досталось» (инф. 9). Некоторые коллекционеры вызывают у музейных сотрудников уважение своей терпеливой и долгой работой по исследованию традиционной культуры, другие же определяются как маргиналы, придумывающие свои ненаучные концепты и интерпретации, и потому не допускаются к участию в музейных проектах и конференциях (дневник наблюдения, 20. 10. 2013).

Стоит сказать, что многие отношения формируются благодаря личным связям отдельных музейных сотрудников и их проектам. Так, один из респондентов говорил о своих научных интересах, связанных с изучением традиционного способа питания. Этот проект она разделяет с несколькими врачами-диетологами и эндокринологами (инф. 9). Вообще для реализации выставочных проектов музейщики привлекают представителей разных социальных миров: кузнецов, театральных художников, дизайнеров, модельеров, казаков и т.д. Они дополняют выставки своими интерпретациями и современными экспонатами (инф. 8).

Помимо личных связей, другой информант говорила о важности того, что она назвала *энтузиазм*: то есть желание информанта заниматься какой-либо деятельностью за пределами непосредственной работы. Так, благодаря энтузиазму в музее существует такое направление как «Этническая музыка в этнографическом музее», в ходе которого один из сотрудников музея, не являющийся сотрудником научно-просветительского отдела, приглашает неизвестные молодые группы, играющие этническую музыку, или музыку народов мира, для выступления в Мраморном зале. На концерты этих групп приходят от 50 до 200 человек одновременно, что является большим достижением для музея. Кроме того, этот же сотрудник выступает как медиатор между музейными фондами музыкальных инструментов и



музыкантами, интересующимися традиционной музыкой. Таким образом, происходит попытка заинтересовать еще и людей в этом направлении (инф. 26).

Теперь скажем о том, чего нет в музее, хотя могло бы быть. Известно, что вокруг музеев часто образуются социальные миры, связанные с реконструкцией или определенными подобными темами. Один из самых известных музеев в Г. Санкт-Петербурге в этом отношении – это Музей артиллерии. Однако в РЭМ таких миров нет. Этому удивляются и сами информанты: «По сути, единственный наш потенциал – шмотки, которые живые для каждого, потому что мы выставляем повседневность... с другой стороны для огромной увеличивающейся армии хэнд-мейщиков... причем хэнд-мейд самый разный, начиная от кузнецов до бесчисленной армии девушек, выливающих украшения из китайской фурнитуры... и вот, чтобы связать это мы как раз отличная площадка» (инф. 1). Один из ответов на этот вопрос дает другой информант: «Я не слышала, чтобы у нас народ ходил с колядками, а всякие побоища <в Музее артиллерии> массово устраивают... романтика, средневековье. Там девочек много» (инф. 5). Иначе говоря, поскольку РЭМ фокусируется на текстиле и на культурных составляющих, и поскольку военная часть остается в музее вторичной, то и интереса со стороны реконструкторов нет. Почему нет интереса со стороны «армии хэнд-мейщиков» все еще остается вопросом.

В данном параграфе мы постарались показать, что РЭМ взаимодействует не только с государством и не только с посетителями, но и с многочисленными другими организациями, социальными мирами и индивидами. Взаимодействие с образовательными и научными мирами у музея более интенсивно, чем со средствами массовой информации и другими медиа. С музеями РЭМ выстраивает либо отношение сотрудничества (общие выставочные, научные, экскурсионные проекты), либо конкуренции и патернализма (стажировки, методические пособия). С коллекционерами, народными художниками РЭМ пытается также существуют разные отношения: как научное заведение РЭМ полагает, что выставляет правильные вещи и дает истинный взгляд на традиционную культуру, которого лишены маргинальные коллекционеры, недообразованные художники и ориентирующиеся на рынок устроители фестивалей. С другой стороны, неформальные связи, существующие с некоторыми из них, расширяют музею репертуар действий и возможностей для выставочной и образовательной деятельности. Наконец, музей пока не смог создать вокруг себя социальный мир реконструкторов или хэнд-мейщиков, хотя научная ориентация многих сотрудников говорит, что возможно он к этому и не стремиться. Любое отношение связывается, по сути, не только с некоторой музейной политикой, но и с конкретным индивидом, его энергией, харизмой, энтузиазмом, репутацией. В музее есть подобные люди, но их интерес находится в других, чаще всего академических, измерениях.

## 2.9. Основные компоненты активного контекста

Из параграфов данной главы стало видно, что музейный мир представляет собой переплетение самых разных сетей, включающие различные по своему характеру людей, вещи, документы и знания. Теперь хотелось бы кратко подвести итог и выделить основные аспекты контекста, который влияет на производство культуры в этнографическом музее. Нужно отметить, что аспект не предполагает некоторого реального единства, но он теоретически отсылает к тем действующим силам, которые участвуют в культурной деятельности музея.

1. **Политический аспект.** Как было показано в первых параграфах главы, политика в разных ее вариациях играет важную роль в определении деятельности музея. В этом аспекте можно выделить разные подгруппы. Так, большая политика в смысле дипломатических отношений между РФ и другими государствами, часто использует культурные ресурсы, а именно выставки, для решения своих задач. Это касается как культурного оформления истории отношений между двумя государствами (или городами), так и работы над темами истории культурного сотрудничества (например, выставки «Россия-Норвегия. Сквозь века и границы» и «В стране огня» (последняя посвящена культуре азербайджанцев) (инф. 6, инф. 13). Политика в смысле политического курса (policy) в области национальной политики, как мы отметили в параграфе 2.3, влияет на проводимые в музее культурные программы (например, «Толерантность»). Однако самую большую роль играет именно политика государства в области деятельности самого музея: как уже отмечалось, Министерство культуры выработало дорожную карту, в соответствии с которой музей должен существовать, и которая предполагает более 40 выставок в год. Выполнение ежегодного плана выставок увеличивает шансы музея получить дополнительное финансирование, что стимулирует его деятельность. Помимо государственной политики политический аспект существует также и на уровне самого музея. *Администрация музея* принимает решения о сотрудничестве с партнерами, влияет на содержание и форму выставок и экспозиций, наконец, занимается контролирующей и координирующей деятельностью. Однако как нам удалось обнаружить, научные и функциональные сотрудники, по большей части высшего звена, также влияют на принятие решений и участвуют в переговорах по поводу выставочного плана, проектов, деятельности музея. Это то, что в социологической литературе получило название микрополитики, когда разные структурные элементы организации пытаются отстаивать свои собственные интересы и видения, будучи при этом заинтересованными и в общей организационной деятельности.

2. **Экономический аспект.** Как отмечают исследователи политэкономических теорий производства культуры, культурное производство, как и любое другое, связано с

проблемами собственности, прибыли, неравенства распределения ресурсов<sup>219</sup>. В своей работе мы не затрагивали эти темы, поскольку исходили из других теорий, однако экономическая проблематика присутствовала в интервью повсеместно. «Никто не любит говорить», - отмечает респондент, «но это [финансирование и культура] все взаимосвязано, без этого никуда, абсолютно» (инф. 15). Информанты отмечают недостаток финансирования и оборудования в создании выставок, отсутствие финансирования многих идей и проектов. Помимо конкретно выставочной сферы большую роль играет финансирование и в выплате заработной платы (низкая ставка лаборантов отпугивает молодых начинающих ученых от работы в музее, научные сотрудники подрабатывают в вузах). Экономическая составляющая играет большую роль и в отношениях музея музеями: «Камень преткновения в наши дни – это деньги, потому что музей не можем позволить проекты, которые благотворительные... по нынешним временам мы рискуем совершать какую-нибудь работу, залезая в карман к сотрудникам» (инф. 13). В силу этого некоторые выставочные проекты откладываются или отвергаются, потому что принимающий провинциальный музей не может позволить себе оплатить дорогую транспортировку экспонатов. В то же время некоторые находят способ обойти этот вопрос с помощью экономической координации нескольких музеев (инф. 27). Министерство культуры использует финансирование как стимулирование выполнения своей дорожной карты, но экономические потребности музея во многом завязаны на Министерство культуры, особенно в отношении выездных выставок.

3. **Социальный и институциональный аспект.** Здесь можно выделить важную роль музея как организации со своим уставом, формальными нормами поведения, дисциплиной. Функциональная организация музея обеспечивает плановое выполнение необходимых для музея работ: сбора, хранения, собирания, исследования и выставления экспонатов, что контролируется дирекцией через индивидуальные планы и отчеты. Любой научный, хранительский, выставочный проект заносится в план и сопоставляется с другими видами деятельности, интересами музея и отдельных проектов. Помимо этого, важную роль, как мы отмечали в параграфе 2.5. играет неформальная коммуникация, позволяющая выполнять более гибкую и творческую работу, реагировать на случайные обстоятельства и ситуации. Вы выставочной деятельности, как отмечают информанты, часто случаются непредвиденные обстоятельства: «Музей такой организм, которому все время на голову что-то сваливается, то из Министерства, <то еще откуда-то>» (инф. 7). Поэтому неформальная коммуникация играет большую роль в музейной деятельности. Кроме того, в музее сформировались и собственные подмиры, научный, административный, образовательный,

---

<sup>219</sup> Хезмондалш Д. Культурные индустрии. Москва, 2014.

функциональный со своими особенностями коммуникации. Существующие в музее ниши также влияют на то, какой будет та или иная выставка. Взаимодействие с другими социальными мирами, как мы показали в параграфе 2. 8, в свое очередь приводит к тому, что они как партнеры или как аудитория, участвуют в создании, переводе или потреблении выставок. Собственно, музей делает выставки для своего окружения, и потому учет его интересов и использование его ресурсов является важнейшим для музейной деятельности.

4. **Культурный аспект.** Однако влияние даже таких важных аспектов как политика, экономика и институциональные особенности, не способны объяснить, почему выставки делаются именно такими, какие они есть. На наш взгляд, необходимо также указать и на культурные особенности музея, которые выражаются в 1) образовательных особенностях: по большей части в музее работают люди с этнографическим, историческим или археологическим образованием; 2) поколенческих особенностях: в музее наибольшее влияние имеют люди старшего возраста, обладающие богатым опытом (в т.ч. экспедиционным и выставочным), стажем, знаниями. В то же время младшие сотрудники не подчинены полностью старшим коллегам и могут реализовывать свои интересы и видения в разного рода проектах (инф. 7); 3) музейной традиции: в музее является нормой работать долгое время (а то и всю жизнь), имеются даже целые поколения работающих здесь людей. На протяжении более 100 лет его существования, как отмечается, сложилась музейная традиция, связанная с передачей эксплицитных и личностных знаний, а также мифов, легенд и общих важных для музейных сотрудников фигур: отцов-основателей музей, ученых и т.д. (инф. 7). Взгляд на деятельность музея как непрерывное движение от его основания до современности конструируется не только в общих изданиях, устной коммуникации, но и самой выставочной деятельности (например, в буклетах). Кроме того, имеются и общие неформальные обычаи: выпивания чая, перекуры, совместного проведения досуга за пределами стен музея; 4) взгляд на работу: несмотря на индивидуальные черты, информанты отмечают, что работа в музее некоторыми сотрудниками, особенно старшего возраста, воспринимается как своеобразное «служение» или «общее дело», сама музейная деятельность и отношение со старинными предметами влияет на восприятие себя и идентичность музейных сотрудников. Названные особенности лишь одни из многих, помимо них можно отметить особую комфортную обстановку в научных отделах (инф. 8), дружеские отношения и альтруизм (инф. 2) и т.д.

5. **Технологический аспект.** Несмотря на то, что музей редко связывают с технологиями, они играют большую роль в его деятельности. Это особенно касается репрезентативных технологий (touch-скрины, экраны, виртуальное ателье и т.д.), которые позволяют посетителю в отсутствие экскурсовода окунуться в тему выставки. Также РЭМ в 2013-2014 гг. ввела технологию QR-кодов, позволяющих посетителям с помощью своих

смартфонов получать информацию об экспонатах. Роль технологий в маркетинге выставок и музейных событий также огромна: сайт служит важным пунктом прохождения для тех, кто хочет получить сведения о музее, узнать о новых программах, заказать экскурсию. Как отмечает информант из Кунсткамеры, информационные технологии (сайт) становятся одной из доминирующих площадок для общения с посетителем (инф. 24). Не меньшую роль играют технологии и в организации внутренней работы музея: сейчас в РЭМ существует информационная база данных (разработанная самостоятельно), куда заносится информация об экспонатах. Она обеспечивает взаимодействие различных специалистов в музее и помогает сократить время поиска и атрибутирования того или иного экспоната. Наконец, стоит отметить роль фотографических технологий: в 2004 году в музее стала оформляться фотографическая инфраструктура, которая состоит из фотолаборатории, электронной базы данных отсканированных фотографий, лаборатории по реставрации и консервации фотографий. Все это позволило настроить быстрый доступ к фотографиям и начать использовать их для выставочной деятельности. Особенность фотографии в музейной деятельности состоит, помимо всего прочего, в том, что их можно транспортировать на флешках и пересылать по электронному ящику, что облегчило создание выставок в разных частях мира и возможность представления РЭМ в музеях даже тех стран, которые не дают государственной гарантии судебного иммунитета. Стоит отметить также роль морозильных и дезинфекционных камер, которые используются музеем сегодня для уничтожения на экспонатах паразитов и микробов и консервации старинных вещей.

6. **Аспект знания.** Под знанием подразумеваются а) общие стандарты классификации и категоризации этнографических памятников (фонды, паспорта, электронная база данных, выставки); изблюбленные темы, которые поднимаются музейными сотрудниками на выставках и в научных статьях; в) особенности работы с музейными предметами; г) общий этнографический и исторический тезаурус. При этом, разумеется, отдельные сотрудники обладают экспертизой в отношении отдельных тем, которой не обладают другие.

Все эти аспекты, о которых мы говорили в данной главе, составляют активный контекст, который участвует в создании культурных объектов. Отметим некоторые особенности их переплетения между собой внутри данного контекста. Эти аспекты не являются всегда-действующими факторами, но они имеют определенное влияние (*loose coupling*) на процесс производства культуры. Во-вторых, каждый из них влияет на каждый другой. Музейщики видят вещи сквозь овеществленные этнографические концепты, исследователь подчиняется политике музея, связан с разными мирами и т.д. В-третьих, каждый из этих аспектов дает как возможность (явленность вещи, концепт как техника познания, влечения как эмоциональная привязка) и в то же время ограничивает (отсутствие

финансирования, отсутствие нужных вещей, определенный угол зрения и т.д.). В-четвертых, идея или концепт, влечение у исследователя может быть таким, что он может обходить аспекты, выходить за их рамки, создавать новые их грани или даже новые аспекты. В-пятых, изменения в смешении этих аспектов могут происходить не только по воле исследователя, но и вследствие разных событий, внутренних и внешних для процесса производства культуры.

Мы выделили данные аспекты, чтобы кратко подвести итог данной главе. В следующей мы покажем сам процесс производства культуры (в виде выставочной деятельности), как он осуществляется под воздействием данных аспектов активного контекста.

## **Глава 3. Выставочная деятельность как социокультурная технология репрезентации и трансляции знания в Российском этнографическом музее**

### **3.1. Выставка как культурный объект**

Основу выставочной деятельности составляет создание выставок. Словарь музейных терминов на сайте Museum.ru определяет выставку как «временно действующую музейную экспозицию, создаваемую с целью актуализации наследия, удовлетворения запросов различных целевых аудиторий музея, расширения коммуникативных возможностей музея»<sup>220</sup>. Если перейти от музеологического дискурса к социологической концептуализации, то выставка предстанет как культурный объект. Обоснованность отнесения выставки к культурным объектам вряд ли может быть поставлена под сомнение: во-первых, музей это культурное учреждение (и формально, и так о нем отзываются сами сотрудники музея); во-вторых, если следовать Беннету, музеи с момента своего появления были причастны к тому, чтобы через выставки создавать представления о (воображаемых) сообществах, народах, нациях, империях; в-третьих, музей (и прежде всего, этнографический) представляет собой особое пространство знания (Д. Тёрнбалл), которое использует особые типы экспертизы (этнографическое, историческое и музеологическое знание) для работы с историческими и культурными памятниками, документами и артефактами при помощи особых процедур.

Заявления, что музей создает культурные объекты-выставки, не достаточно. Необходимо проследить в нюансах, как это происходит, откуда возникают выставки, чем они определяются, где проходят их границы, какие разновидности выставок существуют. Ответы на эти вопросы мы постараемся дать в третьей главе. В данном параграфе мы опишем влияние политических, социальных, институциональных факторов на создание выставок.

Помимо выставок музей создает и другие типы культурных объектов: научные статьи, музейные каталоги, экспозиции, лекции и т.д. Жанр выставки должен предполагать выделение особых свойств, отличающих их от других культурных объектов, с другой стороны необходимо понять, почему в целом такое явление как выставка существует в музейном мире. Обратимся сначала ко второму вопросу. Данное выше определение из словаря музейных терминов отмечает следующие характеристики выставки: временный характер, расширение

---

<sup>220</sup> Словарь музейных терминов: выставка // URL: <http://www.museum.ru/rme/dictionary.asp?35> (Дата посещения: 16. 01. 2015 г.).

коммуникативных возможностей музея, удовлетворение различных целевых аудиторий населения. Последние две характеристики вытекают из понимания того, что музей должен иметь аудитории и выходить к ним с обсуждением актуальных проблем<sup>221</sup>. Экспозиции – это массивные, дорогие и долговременные культурные объекты, которые стоят в течение многих лет и десятилетий. Они делаются по специальным лекалам, сложившимся более 50 лет назад. Это довольно консервативная и устойчивая форма. И потому она уже не может быть использована для ряда целей: например, освещения актуальных проблем (через несколько месяцев они перестанут быть актуальными), создания музейных продуктов «на заказ» (для дипломатии, государственных нужд или потребностей других партнеров), исследования одной узкой темы (например, одной формы одежды, или одного народа или даже предмета).

Поэтому в музее существует такая форма как выставка. Эта форма определяется рядом условий существования музейного мира. Начнем с политических. Как мы уже отмечали в параграфе 2.3, Министерство культуры требует сегодня от крупных федеральных музеев довольно высоких показателей по плану: более 40 выставок в месяц. Такое требование сказывается на том, что выставка становится одним из доминирующих культурных объектов в музее, кроме того, появляется и специфическая ниша выставочников – людей, которые занимаются только собиранием, транспортировкой и экспонированием выставок (инф. 15). Это определяет форму самой выставки: например, появляется большое количество фотовыставок, которые легче транспортировать, и для которых не нужен судебный иммунитет, также предполагается появление «выставок-передвижек», быстро собираемых и легко транспортируемых по другим музеям (дневник, 28. 05. 2014). «Большая политика», как уже было сказано, часто дает заказы на создание выставок, посвященных истории и культуре народов, с которыми устанавливаются или укрепляются дипломатические отношения. Это, конечно, определяет и содержание выставок: на них едут наиболее красивые экспонаты и освещаются наиболее известные темы, дающиеся в обобщении (ковроделие Азербайджана, например) (инф. 14).

Внутренняя политика музея также отражается на выставках. Например, часто директор музея задает направление политики, которое может способствовать выстраиванию отношений с одними партнерами (государственными органами) и отчуждению от других партнеров (например, бизнеса). Это в итоге сказывается и на выставках: желание музейных сотрудников опереться на технологии или идеи негосударственных партнеров часто не приводит к положительному результату, и возможные выставки не получают реализации. Внутренняя политика музея, кроме того, осуществляется и в переговорах между администрацией (прежде

---

<sup>221</sup> Там же.



всего, заместителем по науке) и научными сотрудниками музея. Здесь переговоры касаются количества выставок, их качества, конкретных сроков и самое главное – финансирования выставок, отсутствие которого является большой проблемой для музея.

Наряду с политическими факторами можно выделить и социальные. Здесь они близко сходятся с культурными в смысле устойчивых образцов поведения и образов, связанных с музейной деятельностью. Американский социолог Г. Беккер использует понятие конвенции для обозначения сложившихся форм поведения и мышления<sup>222</sup>. Выставки в большой мере определяются социальными конвенциями. Эти конвенции определяют самые разные измерения выставок. Они касаются общих представлений: многие информанты отмечают такие характеристики выставки, как эссеистичность (инф. 4), свободу для эксперимента (инф.17; инф. 9), возможность для внесения «свежей струи» (инф. 7), возможность говорения о современности (инф. 8), образность (инф. 12; инф. 6). Один из информантов отмечал, что на одной из выставок он переворачивал экспонаты вверх дном, чтобы создать отстранённый взгляд на вещь (инф. 4). Среди новых идей для выставок, которыми делился другой информант, есть те, о которых музей вряд ли еще будет делать экспозиции ближайшие 50 лет: это темы власти, темы невымытых, обычных вещей, темы пороков (инф. 1). Помимо подобных характеристик конвенции определяют и то, как должна делаться выставка, каковы основные этапы и что делается на каждом этапе. Сама концепция выставки придумываются в неформальном обсуждении, за обедом или выкуриванием сигарет (инф. 16). Любопытную конвенцию экономности упоминает один из информантов: «...всегда, когда делают какую-то выставку, ее делают с расчетом того, что ее можно будет вывозить куда-то, ее раз собрали, а потом ее катать уже можно, не тратить время на организацию» (инф. 15). Конвенциями определяются и задачи для участников: например, именно на хранителей ложится тяжесть отбора экспонатов для выставки по требованию кураторов, поскольку именно первые лучше знают свои фонды (инф. 10), также сейчас именно в процессе построения выставки, если по ней затем будут водиться экскурсии, идет работы с экскурсоводами (инф. 17). Также определяются и сроки: на подготовку выставки конвенционально уходит где-то 4-5 месяцев (инф. 7). Конвенционально выставка связывается с научной работой того или иного куратора (инф. 12).

В музее сложился свой «репертуар», какие выставки и, главное, каким образом, делать. Он сложился благодаря инициативным действиям научных сотрудников и определенным датам, а также благодаря изменению в научном понимании традиционной культуры в музее. Например, одной из главных конвенций в музейной деятельности является конвенция

---

<sup>222</sup> Becker H. S. Art worlds. University of California Press. 1984. Ch. 2.

«предмет – это основа выставки» (инф. 14). Хотя в последнее время музей делает много фотографических выставок, благодаря усилиям отдела фотографии, все же именно экспонаты являются в понимании музейных сотрудников главным составляющим любой выставки. Однако экспонаты понятным образом ограничивают возможность показа: например, с их помощью можно продемонстрировать типологию, или построить статичную обстановочную сцену, но сложно показать движение. Поэтому выставки, которые будут нацелены на тему, связанную, например, с движением, изменением будут не конвенциональными. Здесь, конечно, дело не только в экспонате (ведь его можно заменить на более символическую фотографию, которая может отобразить движение), а в том, что желание показать «эксцентричную» тему приводит к тому, что многие конвенциональные способы построения выставки могут быть признаны не работающими: на выставочную бригаду и художника ложится дополнительная работа по концептуализации и операционализации тем, которые еще не были разработаны, в итоге, это может привести к удлинению подготовки выставки и возрастанию стоимости (для подобной выставки необходимы, например, еще и определенные технологии репрезентации). Об этом с теоретической точки зрения написал Г. Беккер, который в статье «Сила инерции» указал, что любое нарушение конвенции и внедрение нового способа действия или поведения приводит к тому, что группа должна увеличить количество инвестиций в проект<sup>223</sup>. Это замечание касается не только реализации идей и способов создания выставки, но и отдельных ее элементов: например, один из информантов отмечает, что после создания выставки, где он создал дизайн так, чтобы посетитель, пойдя по одному из возможных путей, возвращался обратно, он был раскритикован более опытным сотрудником в том, что так делать нельзя: посетитель, проходя по выставке, не должен возвращаться (инф. 4).

Стоит отметить также институциональные (организационные) факторы. Они подчеркивают формальный и дисциплинарный характер отношений, в которые встроена выставка. Организационные факторы приписывают основные виды работ для музейных сотрудников и привязывают их к определенному количеству часов, которые должны быть заполнены сотрудниками в индивидуальном плане. Выставочной деятельностью является здесь одной из основных. Существующие регламенты поведения определяют основные функции занятых в создании выставок сотрудников: например, разделение труда: функциональные работники (например, выставочный отдел) должны помогать в решении конкретных задач: встреч научных сотрудников и художника и т.д. Администрация несет ответственность за выставки и потому играет важную роль в определении того, какая выставка будет построена, а какая нет. Кроме того, выставки вписаны в выставочные планы и отчеты, и музей несет

---

<sup>223</sup> Becker H. S. The power of inertia // Qualitative Sociology. 1995. V. 18. №. 3. P. 301-309.

ответственность за его выполнение. Важной институциональной сферой для выставок является то, что выставки часто выступают как средства обмена и коммуникация между музеями: так, привычным является экспонирование выставок определенного музея в РЭМ, а затем выставки РЭМ – в этом музее (если конечно, он соответствует всем необходимым параметрам). Это также сказывается на выставках, содержание которых меняется в зависимости от договоренностей между музеями.

Выставка как отдельный тип культурного объекта не существует в единственной и неповторимой форме. Во-первых, выставка может иметь как оригинальную авторскую идею, так и быть приуроченной к определенной дате. Это, кстати, принято не только в РЭМ, но и в ряде других музеев<sup>224</sup>. Выставка может представлять собой целую серию выставок (как в случае с «антропологией вещи» или «традиционными ремеслами»), а может быть единичной; она может состоять из нескольких десятков фотографий (как в случае с настенной выставкой) или из сотни предметов (как в крупных «датских выставках»). Лучше всего рассматривать выставки через понятие жанра, поскольку каждая выставка опирается на набор конвенций, словесных, предметных, административных, которые определяют ее содержание. Поэтому то, что будет для одной выставки первоочередной задачей (показ реальности этнографической культуры) для другой будет лишь фоном (показать фигуру собирателя-юбиляра через его коллекции).

Можно выделять разные типы или жанры выставок. В социологии понятие жанра было разработано социологом культуры П. Димаджио для анализа классификаций в искусстве<sup>225</sup>. Димаджио предлагает говорить о жанре как социально-сконструированных организующих принципах, которые наделяют культурные объекты значением за пределами их тематического содержания и которые, в свою очередь, отвечают на спрос со стороны аудиторий для получения культурной информации и аффилиации<sup>226</sup>. Здесь Димаджио, как он сам отмечает, исходит из дюркгеймовского представления о том, что классификации отражают социальную структуру<sup>227</sup>. Мы хотим релятивизировать эту точку зрения, отметив, что жанры – это не отражение социальной структуры (музея, например, или всего общества), а скорее результат работы и переговоров между разными социальными мирами внутри музея и за его пределами. Не трудно заметить, что жанры выставок в музее носят разный характер и связаны с интересами отдельных социальных миров и ниш. Существуют настенные выставки отдела этнографии Северо-запада и Прибалтики, отражающие интересы ряда исследователей из этого

---

<sup>224</sup> Один из информантов из Центрального Военно-Морского музея показывал мне даже список дат, связанных с историей флота, который они делают, чтобы затем привязывать выставку к определенной дате (Инф. 23).

<sup>225</sup> DiMaggio P. Classification in art // American sociological review. 1987. Vol. 52. No. 4. P. 440-455.

<sup>226</sup> Ibid P. 441.

<sup>227</sup> Ibid.

отдела представлять результаты своей полевой работы. Эти выставки никак не связаны, например, с интересами Министерства культуры или дирекции. В то же самое время в последние 2-3 года Министерство настаивает на создании со стороны музеев передвижных выставок, которые можно было бы легко собирать и транспортировать. Сам жанр подобных выставок требует максимального обобщения и популяризаторства материала, что конечно не соответствует интересам научных сотрудников. Такой жанр как заказные выставки в честь тех или иных событий предполагает сочетание интересов Министерства, РЭМа и тех музеев (обычно это выездные выставки), в которых экспонируется выставка. Примеры – это выставка в г. Грозный в 2013 году или выставка в Крыму в 2014. Здесь Министерство предъявляет свои требования, но у музея есть свои интересы – показать свои коллекции, реализовать давние идеи (как например выставка «Мужчина-воин-охотник»), продемонстрировать роль петербургской науки (как в случае с крымской выставкой) (инф. 13). Зарубежные выставки также имеют разные жанры: это могут быть отдельные концептуальные или тематические выставки (такие, как шаманы) или участие в общих больших проектах (как в случае с выставкой в Белфасте) (инф. 25).

Теперь мы перейдем от «внешнего» влияния музейного мира, выраженного в социальных, культурных, политических и институциональных факторах, к «внутреннему» согласно модели, данной в параграфе 1.2.2.

### **3.2. Типичная последовательность создания этнографической выставки в РЭМ**

Любая выставка – это конкретная последовательность этапов, несмотря на то, является ли эта последовательность стохастической или детерминированной. В социологии, особенно в ее чикагской версии, были выработаны теории и методы исследования последовательностей (секвенций). Так, одной из самых влиятельных фигур здесь является Э. Эбботт, который занимается исследованием секвенций в социологии на протяжении многих лет. В своей статье «Анализ секвенций: новый метод для старых идей» он полагает существование трех основных способов использования анализа секвенций в социологии: 1) (линейный) стадийный анализ, например в работах К. Маркса или Р. Михельса; 2) анализ секвенций, предполагающий большее внимание к неопределенностям и случайностям: секвенции видятся как подчиненные влиянию других секвенций или условий; 3) анализ сети взаимосвязанных секвенций<sup>228</sup>. Далее он выдвигает два основных метода исследования – пошаговый (step-by-step) и метод целых

---

<sup>228</sup> Abbott A. Sequence analysis: new methods for old ideas // Annual review of sociology. 1995. Vol. 21. P. 102.

секвенций (whole sequence methods). Нас будет интересовать последний, поскольку он акцентирует внимание на обнаружении паттернов в секвенциях или ее частях, а также выяснение причин появления этих паттернов и их влияние<sup>229</sup>.

Известный подход Чикагской школы под названием «естественная история» Эбботт записывает в линейный стадиальный анализ<sup>230</sup>. В этот же анализ вписываются и работы американского социолога Г. Беккера, который предложил секвенционный анализ возникновения девиантного поведения. В своей книге «Аутсайдеры» Беккер отмечает, что «определенные паттерны поведения могут развиваться только в определенном порядке»<sup>231</sup>. Иначе говоря, мы не можем показать влияние той или иной переменной на поведение, исходя из статичной картины, нам необходимо продемонстрировать, что поведение (курение марихуаны, как в его собственном примере) предполагает совокупность этапов, каждый из которых порождает свой способ поведения, свои конвенции и, соответственно, требует своего отдельного объяснения<sup>232</sup>. Наконец, некоторые события могут происходить только тогда, когда пройдена вся секвенция и каждый из ее этапов.

Применение подхода к секвенции зависит как от теоретических предпочтений авторов, так и от эмпирического материала. Поскольку у нас в интервью большинство информантов настаивало на том, что строительство выставки – это обкатанный, сложившийся процесс, то стадиальный подход будет здесь нам наиболее полезен. И, как у Беккера, этот подход требует внимания к каждому отдельному этапу. Беккер также вводит весьма интересное различие, когда говорит об этих этапах. Он говорит о конвенциональных и неконвенциональных способах достижения интересов, что вполне разумно, поскольку он занимается анализом девиации<sup>233</sup>. Однако это различие может быть полезно и при строительстве выставки. Любое строительство – это соединение различных элементов между собой, а также коммуникация разных социальных миров (ученых, администраторов, функциональных отделов, экскурсоводов, художников), что предполагает разное видение выставки, и разные интересы. Чаще всего в РЭМ в выставочной деятельности действуют конвенции<sup>234</sup>, которые определяют процесс и результат того, какой будет выставка. Порой ученые, делающие выставки, заинтересованы в том, чтобы они были более концептуальными, более привлекательными с научной точки зрения, что предполагает отход от конвенций в плане использования неожиданных тем, классификаций, технологий. Это не всегда приводит к успеху в силу разных

---

<sup>229</sup> Ibid. P. 104 -105.

<sup>230</sup> Ibid. P. 103.

<sup>231</sup> Becker H. Outsiders: studies in the sociology of deviance. New York, 1963. P. 23.

<sup>232</sup> Ibid.

<sup>233</sup> Ibid. P. 26.

<sup>234</sup> То есть принятые в социальном мире или организации договоренности относительно способов действия и результатов.

обстоятельств. Здесь мы бы хотели показать конвенциональную секвенцию строительства выставки, как о ней говорят информанты (см. *схему 3.1, приложение 2*).

Несмотря на то, что выставки в РЭМ бывают разного типа, все они вписываются в представленную секвенцию. Как показано на схеме, последовательность создания выставки состоит из пяти основных этапов, каждый из которых подразумевает свои отдельные подэтапы. Любая выставка начинается с идеи выставки, будь то некоторая авторская научная концепция, юбилейная дата, очередной экспедиционный привоз вещей и т.д. Происхождение идей в голове музейного сотрудника трудно проследить, однако в то же время не стоит полагать, что они рождаются там сами по себе, *ex nihilo*. На ту или иную идею его толкают разные музейные обстоятельства, новые коллекции, прочитанные идеи, собственные разработки. По поводу одной выставки, посвященной металлообработке в традиционной культуре, один информант отмечает: «Ну, причина здесь – такая личная, когда я пришла работать в музей, первый год я работала лаборантом, и года четыре через полтора или через два я стала научным сотрудником, и первым серьезным заданием был разбор коллекции Жукова... в общем, тема инструментов заинтересовала и потому в 2012 году мы со <старшей коллегой> были в экспедиции, я как молодой сотрудник старалась учиться и получилось, что именно в тот год мы привезли набор инструментов пимоката, – человека, который изготавливает валенки, и набор инструментов сельского столяра-плотника, и количество инструментов еще раз увеличилось, и как-то возникла внезапно идея сделать выставку, посвященную именно им» (инф. 8).

С другой стороны, выставка по металлообработке, которая носила название «Магия металла» была второй в некоторой серии, после выставки, посвященной деревообработке «Топор – всему голова!». Внезапное возникновение идеи сопрягается с переговорами со своими коллегами по поводу того, будет ли эта идея актуальна, как ее лучше сделать (инф. 16). Эти переговоры часто ведутся за чашкой чая, или за сигаретой, некоторые идеи не выходят за пределы отдела, некоторые долго обсуждаются в рамках всего музея. Как отмечают информанты, идей всегда много, дело скорее в их осуществлении (инф. 15). Переговоры о выставке касаются не только своих коллег и друзей, но и заведующих отделами. Идея расширяется, и происходит уже процесс переговоров, нацеленный на понимание того, есть ли в музее люди и хватит ли фондов, чтобы обеспечить осуществление идеи (и соответственно, как идея должна трансформироваться). На наш взгляд, вариант действия через заведующих отделами – только один из возможных, и его можно назвать полуформальным. Наверняка существуют и варианты, когда обращение происходит и сразу к хранителям, но в неформальной манере. Главное на этом этапе – это понять саму возможность использования

вещей и получить согласие людей для реализации идеи выставки. Или, как говорят информанты, понять, подкреплена ли выставка экспонатами и каков объем материалов.

На следующем этапе происходит написание концепции: «Вот концепция должна быть – более – менее обстоятельная. В которой цели-задачи, обычно – значит выставки, на каком материале строится ну и т.д.» (инф. 7). Кроме того, в концепции указывается структура и тематическое разделение, хотя, как ясно из приведенной цитаты, концепции бывают разные, более-менее полные. Как отмечает другой респондент: «Если сталкиваются две выставки с похожим темами, то выбирается та, которая лучше подготовлена и оснащена предметами, где инициатор владеет пониманием, как это будет выглядеть» (инф. 16). Концепция как документ служит для дирекции (и всего остального музея) своеобразной репрезентацией будущего проекта, фокусирующей внимание на определенных моментах будущей выставки. Видимо, концепции могут различаться по содержанию, и в этом смысле выигрывает та, которая прописана лучше и которая лучше подкреплена экспонатами.

На данном этапе пишется также Тематико-экспозиционный план (ТЭП)<sup>235</sup>. Он представляет собой таблицу, которая разделена на ряд тематических блоков на выставке, где сопоставляются выделенные теоретически темы и экспонатура, которая подкрепляет их (см. таблицу 3.1).

*Таблица 3.1. Заголовки тематико-экспозиционного плана (ТЭП).*

Тема	Подтема	Вид экспонатуры	Содержание	Источник	Примечание
1	2	3	4	5	6

То есть задача ТЭП как документа – это связать на бумаге категории и классификации, выделенные автором выставки, и экспонаты (вещи, фотографии), которые им соответствуют. Если провести аналогию с социологией, то концепция выставки – это дизайн исследования, где прописывается актуальность, цели, задачи, объект и предмет, а ТЭП – это документ, фиксирующий операционализацию категорий, демонстрирующий, как теоретические построения и гипотезы могут быть проверены на эмпирической материале.

На первых двух этапах, этапе обсуждения идеи и написания концепции, работа ведется внутри научного социального мира музея, то есть в региональных отделах, в фондах, с научными коллегами из других организаций. Однако поскольку музей – это сложная

<sup>235</sup> Из интервью не очень понятно точно, на каком именно этапе он пишется, на этапе написания концепции или более поздних этапах, однако мы поместили его сюда, чтобы показать важность документов для убеждения в реализации собственных идей со стороны музейного сотрудника. В то же время для ТЭП характерно то, что он уже показывает, какие вещи будут использоваться на выставке, что говорит о том, что он должен писаться уже после отбора самих вещей.

организация, как мы показали во второй главе, то для реализации выставочной идеи необходима поддержка дирекции. Коммуникация между дирекцией и региональными отделами по поводу строительства выставок строится следующим образом: в октябре-ноябре дирекцией утверждается (и затем отправляется в Министерство культуры) выставочный план на следующий год. Если тот или иной сотрудник желает реализовать свою выставочную идею, ему необходимо встроиться в этот план, - а именно подать концепцию и ТЭП (в бумажном варианте), если они имеются, в дирекцию. Сначала происходит консультация с выставочным отделом, который отвечает за материальное и финансовое обеспечение выставки (инф. 7). Иногда выставочный отдел «отмечает» предложенные варианты, особенно если это касается выездных выставок, руководствуясь тем, будет ли эта выставка интересна посетителю, сможет ли ее принять другой музей и проч. (инф. 15). Затем концепция передается ученому секретарю, который вместе с заместителем директора по науке, заместителем директора по внешним связям и развитию и директором обсуждают ее. В том, будет ли выставка утверждена, играет роль множество аспектов. Один мы уже назвали – это способность музейного сотрудника отразить в концепции понимание цели и подкрепленность вещами. Среди других можно отметить то, какие другие выставки потенциально будут экспонироваться, на какие другие проекты нужен будет тот или иной выставочный зал, соответствует ли выставка особенностям того или иного «выставочного года». Один информант отмечает: И. «У <одного сотрудника> есть идея про немытую Россию, – показать некрасивые вещи, не иранские сосуды и кольчуги, шлемы, и блюда вот такие все, не китайский фарфор, и не русские кокошники с перламутрами, <a> некрасивые инструменты, дежурную одежду, простые с одной стороны, не эстетичные, в классическом понимании, железяки. ... но не в этот год, сверху сказано, что в юбилейный год все должно быть красиво» (инф. 1).

На этом этапе идеи и интересы, выдвинутые научным сотрудником-автором концепции должны быть переведены на организационный язык, а также вступить в переговоры с идеями и интересами дирекции, чтобы затем получить (или не получить) свое место в выставочном плане следующего года, а также финансирование, организационную поддержку и иные ресурсы. Трудно сказать, какую роль Министерство культуры играет в том, будет ли реализована та или иная выставка. С одной стороны выставочный план, как и отчеты, ежегодно посылается в Министерство, с другой стороны, Министерство вряд ли обладает настолько глубокими знаниями, чтобы понимать специфику и актуальность той или иной этнографической темы. Видимо, Министерство само заинтересовано в реализации определенных идей (например, выставлении идеологических или юбилейных тем средствами музея), с одной стороны, и не заинтересовано в реализации совсем радикальных музейных проектов. Однако это только гипотезы.



Если выставка утверждена в плане, начинается выставочная работа. Она предполагает несколько этапов, которые не идут линейно, а могут перемежаться между собой. Прежде всего, авторам выставки (которых еще называют кураторами) необходимо понять, какие экспонаты есть в наличии по их теме. Поскольку ни один сотрудник не является специалистом по всем регионам, то кураторы<sup>236</sup> обращаются за помощью к хранителям: так создается выставочная бригада, куда входят кураторы, художник, хранители, представители выставочного отдела. Эта бригада устраивает совместные встречи, на которых куратор представляет концепцию выставки, а затем просит (или раздает задание) хранителей посмотреть подходящие для концепции вещи в своих фондах. Такие встречи имеют регулярный характер, где хранители отчитываются по тому, что они обнаружили в своих фондах. Хранителей также просят написать короткое резюме по наличию нужных для выставки вещей в фондах и тематическую разбивку – видимо, документ, в котором указаны, какие вещи могут быть использованы в тех или иных тематических блоках (например, костюмы, украшения, орнаменты и т.д.) (инф. 8). Затем бригада, обычно в усеченном виде, состоящем из куратора, художника и представителя выставочного отдела, ходит по фондам и отбирает вещи. Взгляд хранителя может не совпадать с тем, какая идея есть у других представителей бригады. В этом смысле, как отметил из информантов, происходят постоянные споры и крики, заканчивающиеся обычно примирением по поводу идеи, дизайна и отобранных вещей (инф. 20). Порой концепция может меняться в ходе переговоров. Например, свое слово может сказать дирекция, или художник, либо станет явной нехватка тех или иных экспонатов. Как отмечают информанты, в этом процессе много спонтанности (инф. 12; инф. 7). Отобранные вещи посылаются на реставрацию, консервацию, в чистку, если они необходимы; кроме того, на этом этапе составляются выставочные списки, - документы, которые фиксируют названия используемых вещей, их номера, а также темы. Эти списки затем передаются в отдел учета, который отмечает в своей базе данных, что вещи теперь используются на выставке, после того, как выставка отстоит, списки отправляются в архив (инф. 7). Списки – это важный документ, который, с одной стороны, фиксирует новую собранную сеть вещей для выставки и, с другой стороны, переводит эту сеть на язык отчетности и управления.

Затем происходит монтаж выставки, в ходе которого возводятся выставочные каркасы, расставляется оборудование, начинаются переговоры и споры с художником по поводу дизайна выставки и соположения вещей. Мы не случайно говорим о спорах. В ходе интервью

---

<sup>236</sup> У выставки может быть один куратор, но может быть и несколько.

многие информанты отмечают, что коммуникация с художником<sup>237</sup> носит характер своеобразного плотного взаимодействия, который может представить как континуум от диалога то «битв»: «Но он<художник> монтирует сначала вещи не сразу на стенке, а сначала на щите или на бумаге в том порядке, в котором они будут. Я тут же с ним говорю, что сюда положить, то сюда - он начинает спорить «это не красиво». Но моя-то задача показать, как правильно, он должен, учитывая как правильно, сделать так, чтобы красиво. И мы должны прийти к какому-то общему единогласию – с <художником> у нас все нормально идет. Иногда бывают и битвы – то есть там, так сказать, в диалоге все это происходит» (инф. 7). В ходе полевого исследования мы также были свидетелями споров с художником. Вообще процесс монтажа был до некоторой степени удивителен:

1) Строительство выставки не было подчинено никакому плану, все создавалось в процессе: какие витрины ставить, какое оборудование использовать, какие экспонаты задействовать, какой декор поместить;

2) строительство выставки не было подчинено своей первоочередной задаче – продемонстрировать реальность собранных коллекций – сама логика предметов, их сочетание почти никак не влияли на то, что строилось, как и в какой очередности;

3) Строительство скорее имело свое основание именно в художниках и их видении, в некотором процессе вдохновения, которое накатывало на главного художника, чем в репрезентации <экспонатов>;

4) Последнее вызывало несомненный конфликт главного автора выставки, которая все хотела делать по плану и художника, который все пытался делать по вдохновению (Дневник наблюдения, 20 ноября 2013 г).

В ходе всех вышеприведенных этапов видно, как коллектив музея становится важным партнером переговоров автора выставки о своей идее. На первых этапах он должен советоваться с научными сотрудниками, хранителями, заведующими отделами. На втором этапе он должен говорить с дирекцией и учитывать ее интересы. На этапе строительства выставки идут переговоры с хранителями, с наличными вещами, и, в большей степени, с художником. Не стоит преувеличивать роль художника, она большая, и в музее стало почти конвенциональным полагаться на «вдохновение» штатного художника как на объективный факт. В то же время не все научные сотрудники разделяют подобный паттерн поведения. Так, один информант по этому поводу иронично отмечает: «...как только мы делаем выставку в музее, и уж всяко, конечно, важно чтобы те, кто отвечает за ее подготовку, чтобы они друг друга понимали, чтобы мы находились в каком-то едином методологическом поле... у нас

---

<sup>237</sup> Речь идет о штатном выставочном художнике РЭМ. Для некоторых проектов, чаще всего дорогих, могут наниматься собственные художники.

разные языки, и надо растить взаимопонимание переводчика... можете меня упрекнуть, что я ставлю художника в подчиненное положение, я этого не отрицаю, он очень хорошее орудие, как классификация, – но он тоже должен понимать меня в большей степени, чем я его, он должен выполнять мои идеи, если я понимаю, что он эту идею отражает так, как мне хотелось, я готов предоставить ему полную широту его языковых форм. Здесь полет может быть бескраен и пусть улетит за горизонт, но я понимаю, что он улетел с моей руки...» (инф. 13).

Нужно отметить, что если коллеги и дирекция являются «обязательными точками прохождения» для выставки, то художника в строительстве той или иной выставки можно заменить, что и делают некоторые кураторы, нанимая художника со стороны. В то же время это стоит довольно дорого, так что это распространяется не на все проекты.

После того, как выставка построена, она открывается, что происходит обычно в процессе «ритуала», когда директор или другое «важное лицо» музея говорит слова благодарности кураторам, отмечает красоту выставки и т.д. (Дневник наблюдения, 3 декабря 2013). Хотя подобные ритуалы и праздничные события зависят от выставок: если речь идет о больших, особенно заказных или юбилейных выставках, или межмузейных проектах, то обычно приглашаются СМИ, и определенные публичные лица. Иногда открытие выставки предполагает особые события, например, выступления кружков, культурных центров, мастер-классы, концерты. Это зависит, в общем, также от куратора, поскольку на данном этапе идет речь о том, чтобы сделать выставку информационным и коммуникационным фактом в музее и за его пределами.

Наконец, простояв какое-то время (обычно от месяца до 3-4 месяцев, однако есть и долгостоящие выставки (год-два)) выставка демонтируется и в выставочном зале начинается строительство новой выставки по выставочному плану.

Также как и у Г. Беккера, о котором мы говорили в начале параграфа, каждый этап требует своего пояснения и своей логики. На каждом этапе строительства выставки мы отмечаем свою группу интересов, с которой работает куратор, свои собственные задачи и в то же время трансформацию представленной идеи и концепции. Проходя все этапы, выставка становится некоторым коллективным общим делом, в котором участвуют все, некоторые из-за должностных обязанностей, некоторые из интереса. И только пройдя все этапы, выставка становится выставкой. На первых двух этапах она представляет собой просто идею, написанную на бумаге. Затем она становится административным и плановым фактом, нарастает финансами и оборудованием. Затем она растет за счет присоединения других людей и работы над поиском, отбором и соединением разных экспонатов. Она обретает материальные черты в ходе строительства и переговоров с художником и действием монтажником, чтобы затем быть представленной в более широком информационном

пространстве – в музее и за его пределами. Каждый из этих этапов и социальных миров необходим для той формы, которую называют в музее выставкой.

Мы видим, что выставка – это коллективный проект, в силу своей затратности, объема материала, который нужно обработать, вещей, которые надо собрать, времени, которое тратится. С другой стороны, это индивидуальный проект, поскольку он предполагает автора (куратора), который реализует свою идею – и его мастерство состоит в том, чтобы пронести эту идею, присоединив к ней разные интерпретации, оборудование, экспонаты и категории. Выставка это одновременно и внутримузеевский проект (мы говорим о внутренних выставках), когда все основное делается силами музея, и проект, направленный вовне: на посетителей, на определенные аудитории, на средства массовой информации, на образовательные программы. Выставка это и человеческий проект, поскольку он создается в ходе переговоров, осознания и медитации над выставочной идеей, способностью донести эту идею до других, учитывая их интересы. С другой стороны, выставка предполагает участие материальных вещей, чьи материальные и символические особенности может стать помехой для реализации идеи, для самой возможности выставить вещь, для ее соответствия используемым категориям. Выставка предполагает научный подход, разработку темы, работу над атрибуцией вещей, использование научных (этнографических) категорий, с другой стороны выставка, как отмечают некоторые информанты – это «епархия художников», которые стремятся с помощью дизайна, оборудования, соположения вещей добиться эффекта влияния на посетителей, обращения их внимания на определенные моменты выставки, стимулировать их воображение.

### 3.3. Структурные элементы культурного объекта и их трансформация в выставочной деятельности

В процессе анализа интервью и наблюдений мы пришли к заключению, что любая этнографическая выставка как состоит из следующих элементов (таблица 3.2):

*Таблица 3.2. Основные элементы этнографической выставки.*

Элемент выставки	Пример
Тексты	Этикетки, вспомогательные тексты, тексты на тацкринах и экранах мониторов
Вещи	Этнографические экспонаты
Методы экспонирования	Разные формы соположения их друг с другом в пространстве
Пространство	Это экспозиционный зал и его составляющие: свет, звук, цвет и т.д. А также витрины, манекены, система сигнализации, поддержания температурного режима, замки и т.д.

Документы	Список экспонатов, учетные карточки, тематико-экспозиционный план, концепция
Коммуникация	Общение, переписка
Знания	Это категории, классификации, факты

В выставке присутствует нечто, что дает возможность этим разным элементам и интересам сосуществовать вместе и быть определенным образом организованным. Вряд ли дело только в формальной организации и в формальном принуждении, также и в действии конвенций, как мог бы сказать Г. Беккер и ряд символических интеракционистов. После того, как мы описали стандартную выставочную секвенцию, хотелось теперь обратить внимание на то, как сама выставочная форма упорядочивается и, что с этим связано, как разные элементы выставки, которые мы описали выше, складываются в единую выставку, отбираясь из разных миров и сегментов реальности, как происходит процесс их изменений?

Нам хотелось бы показать, как элементы мобилизуются и используются внутри выставочной деятельности для выстраивания новых отношений. На наш взгляд, говорить о том, что в музее вещь обретает новые контексты функционирования не очень верно: потому что это предполагало бы, что эти контексты берутся откуда-то (как факторы, условия, или навязываются деятельностью музейщиков), скорее, нужно говорить о разных отношениях, в которые включается та или иная вещь и, соответственно, обретает новые аспекты, не использованные до сих пор. В параграфе 2.7 мы показали, каким образом вещь встраивается в новые отношения, правовые, коммуникационные, ресурсные, стоимостные и проч., и, в результате, обретает новые атрибуты, необходимые для работы в музее.

Данная логика распространяется не только на вещи, но и на другие элементы музейной сети: многие эти элементы отличаются от того, как они интерпретируются или используются за пределами сети построения выставки. Внутри музея эти элементы, переходя из одной деятельности в другую, меняют свои предписания и атрибуты. Предписания в данном случае будут отсылать к тем документам, личностным и эксплицитным знаниям, смыслам, которые присоединяются к элементам внутри музея. Предписания в то же время это скорее то, как управляться с элементами, в то же время важно и то, чем представляется сам элемент – то есть его атрибуты (например, для вещи в этнографическом музее это ее размер, сохранность, историческая и культурная значимость и т.д.). Остается вопрос – а что именно управляет этими предписаниями и атрибутами?

**Тексты.** Тексты на выставке представлены входными текстами, буклетами, этикетками, подписями под фотографиями, иногда каталогами. В РЭМ на выставке также действуют QR-коды, позволяющие посетителям со специальными гаджетами выводить на свои экраны информацию о том или ином предмете. Тексты - то, с чем посетитель сталкивается прежде

всего, придя на выставку. Разумеется, эти тексты не лежали в готовом виде в отделах, они скрупулезно пишутся музейными сотрудниками: кураторами, хранителями, другими членами выставочной бригады. Если взять буклеты, то они основываются, с одной стороны, на концепции, которая предлагается куратором, а с другой стороны, на полученных от хранителей данных об отобранных предметах (инф. 8). Еще раз напомним слова одного из респондентов о буклете: «Небольшой текстик – это своего рода высший класс, в нем нужно сконцентрировать модель – для этого требуется больше мастерства, чем для солидного текста, где ты последовательно, шаг за шагом, излагаешь материал» (инф. 12). Буклет – это сконцентрированная модель всей выставки, которая предлагает автор выставки. Он готовится только на этапе монтажа выставки и включает в себя как тексты, так и фотографии предметов и этносов (а также порой самих этнографов) (см. *изображение 3.1*). Иначе говоря, до того, как начинает делаться выставка, никакого буклета не существует. Буклет – результат коллективной деятельности выставочной бригады и других, вспомогательных, отделов музея, которые собирают и описывают предметы, информацию по ним, отбирают фотографии, знания и т.д. Если взглянуть на последнюю страницу любого буклета там указывается перечень имен людей, участвующих в создании выставок. Обычно их бывает больше десяти.

Буклет – это репрезентация выставки и в то же время репрезентация ее темы. Буклет существует только в выставочной деятельности, а также, после того, как выставка, заканчивается, он может использоваться в экскурсоводческой, учетной, рекламной деятельности. Для этого у него есть определенные атрибуты: это небольшой размер, бесплатная раздача всем желающим (но ограниченный тираж), довольно хорошее качество печати, небольшие тексты, привлекательные (обычно) фотографии и изображения. Как мы уже говорили, у буклета есть разные предписания к использованию: это одновременно и некоторый источник по данной теме, одновременно и выражение научной деятельности авторов и выставочной бригады, одновременно вспомогательный материал для посетителя и экскурсовода, одновременно он участвует в рекламе выставки и всего музея.

Этикетка – второй по важности текст на выставке после буклета. Как мы пытаемся показать, не существует единой, утвержденной формы тех или иных элементов на выставке, поскольку в строительстве выставки много случайности и неопределенности и в силу того, что элементы, в общем, должны соответствовать ситуации и замыслам авторов. В то же время любая долгосрочная деятельности, как например, выставочная деятельность в РЭМ, предполагает, как показывает Г. Беккер, установление конвенций – то есть определенного

оформления тех или иных элементов<sup>238</sup>. Часто между этими двумя характеристиками выставочных элементов – конвенциональности и ситуативности, возникает напряжение.

Этикетка – это интерфейс и короткая интерпретация стоящий или висящей на выставке вещи. В отсутствие экскурсоводов и QR-кода, для человека этикетка – это единственная попытка понять, что за вещь перед ним, куда ее отнести и почему она находится именно здесь. Иначе можно сказать, что этикетка – это перевод сложных этнографических категорий и классификаций, самоназваний вещей на привычный для посетителя язык: «Как раз экспликациями занималась <куратор>, она пыталась же унифицировать для понимания современного человека, часто информация из описей – она не очень понятна, наверное, человеку, который сейчас бы ее прочитал, и мы иногда даже отказывались от каких-то названий устаревших, заменяя их на более привычные для человека сейчас. Просто иначе не было бы всем понятно» (инф. 8). Из этого ясно, что этикетка является важным элементом, соединяющим понимание этнографа с пониманием посетителя. Как она пишется? Прежде всего, в музее есть свои собственные конвенциональные формы этикеток, подробные и длинные: «Дело в том, что в нашей традиции музея этикетка должна быть подробной, надо написать место, название предмета, да, как он там называется на русском языке или там – армянский – какой-то предмет другого народа, не русского, то надо написать на языке этого народа название этикетки, как называется на армянском языке – или же кириллицей или латиницей – местное название. Это все берется в кавычки, потом тире, пишется русское название инструмента, для чего он нужен, потому что многие, кто приходит, не знают, вот, зачем этот инструмент. Потом датировку, относительную или конкретную, если есть. Потом вот место, откуда происходит, вплоть до деревни, если это русские, украинцы, белорусы, Архангельская губерния, Холмогорский уезд, село такое-то, русские, и этикетка получается такая довольно длинная – и мы это так всегда делали» (инф. 7). В данном примере видно, что роль играют не только категории (название, место, дата), и их последовательности, но и знаки препинания (кавычки, тире). Однако эта конвенциональная форма постепенно заменяется на более лаконичную: «...мы сейчас выставку сделали по собирателям – там этикетка – плакат хочется. Пишем «головные уборы, русские, XIX век». Это же такой сокращенный вариант этой самой этикетки» (инф. 7). Причина такого изменения лежит в следующем: «Объясняется, мол, что посетителю не интересно все читать, что он, мол, смотрит на вещи, а если предположим, он заинтересуется – так и прочитает. А если не заинтересуется - ну значит не надо, и поэтому мы стали на пленке делать обобщенные этикетки, а раньше под каждый предмет» (инф. 7). В итоге, конечная форма этикетки определяется не только самим

---

<sup>238</sup>Becker H. Art worlds. Chapter 2.

кураторами, она зависит от конвенций (последовательность, категории), от места (куда нужно поместить много информации), от атрибутов экспонатов, от музейных знаний, от представлений о посетителях, и от точки зрения выставочного отдела и дирекции (которые и настояли на изменении конвенциональной длинной этикетки), не говоря уже о длительных переговорах и спорах между куратором и остальными членами бригады по поводу самой этикетки (инф. 7).

В итоге, тексты, которые посетитель видит на выставке, рождаются внутри выставочной деятельности, и зависят от разных аспектов этой деятельности; они проходят путь собирания в единые тексты и этот путь зависит как от выставочной концепции, так и от конвенциональных этнографических категорий, а также от точки зрения дирекции и от контингентности повседневной работы по изучению и соположению вещей на выставке.

**Вещи.** Некоторые аспекты пути вещи мы уже обозначили в параграфе 2.7. Когда вещь становится этнографическим экспонатом и культурным наследием, она уже находится внутри отношений, связывающих ее с возможными музейными практиками. Как происходит мобилизация вещи в ходе выставочной деятельности? Если мы обратимся к выявленной нами секвенции, то уже на первом этапе автору выставки необходимо выяснить «объем материала». Если у него возникла идея сделать выставку, посвященную, например, старообрядцам, ему необходимо обратиться к специалистам по старообрядцам и к хранителям региональных фондов, чтобы выявить основные тематические блоки (одежда старообрядцев, предметы культа, типы жилищ, инструменты) и количество и качество предметов. Помимо этого, куратор обращается к базе данных, которая находится в отделе учета, и к учетным карточкам, чтобы найти предметы, которые он не смог найти через хранителей и специалистов. В этот момент он встречается с предметами как в виде таблицы в базе данных, где записаны их краткие характеристики, представлена фотография, а также их связь с теми или иными категориями (техника, материал, использование, бытование и проч.). В фондах он видит не просто предметы, но и их качество, нужно ли их реставрировать, нужно ли проводить «изыскания» (находить информацию о вещах). То есть уже на первом этапе куратор погружается в вещи, которые репрезентируются через людей (хранители, специалисты), через документы (учетные карточки, паспорта), через технологии (база данных, систематический каталог), а также презентуются в самих фондах. Все эти способы связаны одними общими стандартами описания вещи: теми категориями, которые ее атрибутируют, скажем, сохранность, бытование, изготовление, материал, техника и т.д. Унифицированные стандарты, воплощенные в инфраструктуре и в знаниях людей, помогают выстроить вещи относительно той или иной темы. Когда на втором этапе пишется концепция выставки и, видимо, ТЭП, то уже указывается, какими вещами будет подкреплена та или иная выставочная идея. На третьем



этапе дирекция может вносить свои изменения в то, какие предметы будут представлены на вещи. Так, на выставке «Магия металла» дирекция попросила уменьшить количество инструментов, увеличить количество металлообрабатывающих ремесел, включить сами предметы, которые являются результатом этих ремесел (инф. 7). Эта просьба была связана с тем, что дирекция полагала, что просто инструменты никому смотреть интересно не будет.

На четвертом этапе происходит превращение бумажной модели (концепции) в действительную. На данном этапе происходит уже работа самих хранителей, входящих в бригаду, которые изучают подходящие для выставочной концепции вещи и представляют их куратору и художнику. Это представление осуществляется в виде резюме (какие вещи есть, какие темы можно осветить) и тематической разбивки – по каким темам какие вещи хранитель может представить на экспозицию. В дополнение к этому выставочная бригада ходит по фондам, смотрит и отбирает необходимые вещи. Здесь, как мы уже говорили, не обходится без споров, разногласий и конфликтов, которые куратору нужно, в конечном счете, разрешать. Здесь же решается, какие вещи пойдут на реставрацию, чистку и консервацию. Обычно реставрация предполагает длительный процесс, поскольку куратору (с помощью выставочного отдела) нужно согласовывать план реставрации, возможности, есть ли на это финансирование и т.д. Поэтому некоторые вещи, которые могут представить ту или иную тему, но в плохом состоянии, не отбираются на выставку (потому что это предполагает большие инвестиции). Постепенно на данном этапе экспонаты обрастают документами (выставочные списки) и коммуникациями (споры по поводу того, что брать-что не брать).

На этапе монтажа вычищенные и отреставрированные (при необходимости) вещи выносятся из фондов (здесь же могут отбираться другие вещи, например для антуража) и переносятся в выставочный зал. В ходе возведения каркаса и создания дизайна выставки вещи раскладываются по витринам, шкафам, развешиваются по манекенам и создается новый документ: «Но когда мы приходим к общему знаменателю и раскладываем все, как нужно, я списываю номера и зарисовываю картинку – тут топор, тут паяльник, тут меха, – рисую картинку, маленький монтажный лист для себя делаю - и номера<предметов>» (инф. 7). Таким образом, на данном этапе вещи представлены для выставочных и монтажных бригад как непосредственно лежащие перед ними и как монтажный лист, где указывается их местоположение на общем плане выставки. На данном этапе происходят споры с художником относительно того, куда и как поместить вещь, из чего возникают уже обозначенные репрезентационные формы *in situ* и *in context*. Затем на данном же этапе пишутся обозначенные выше тексты, буклеты и этикетки, вводные тексты. Их написание завершает процесс создания репрезентации, когда вещи и слова окончательно находят свое соположение

рядом друг с другом на выставке. Затем вещи могут обретать новые контексты уже в ходе выставочной или образовательной деятельности.

Если схематически обозначить «путешествие» вещей из фондов на выставку, получится следующее (см. *таблицу 3.3, приложение 2*).

Что можно сказать по этому поводу? Во-первых, этнографический экспонат никогда не бывает одним и тем же, это не просто вещь, лежащая в фондах, или стоящая на выставке. В ходе выставочной деятельности (и любой другой) вещь всегда представлена через несколько медиационных<sup>239</sup> форм (документы, изображения, фотографии, физический артефакт), которые не просто отражают характеристики этой вещи, но ориентированы на конкретное прагматическое и коммуникативное взаимодействие. Медиация вещи в базе данных ориентирована на быстрый поиск и считывание атрибутов вещи, нужных для выставки (или других видов деятельности); физический артефакт, будучи только одной из «форм существования» вещи, дает возможность на месте посмотреть ее качество для выставки; научный паспорт предполагает более глубокое ознакомление с вещью, особенно в плане того, кто и когда ее привез в музей, где она бытовала, и какие легенды с ней связаны, что необходимо для экскурсионной деятельности и написания буклета. Наконец, слова специалиста или хранителя о вещи могут быть ориентированы на связь этой вещи и выставочной концепции. Во-вторых, отношения между медиационной формой и экспонатом могут быть различными. Здесь речь идет о том, что каждая из медиационных форм будет охватывать свой аспект представляемой вещи. Исключение касается стандартизированных форм, которые пытаются отразить лишь фиксированный набор атрибутов. В то же самое время и между ними есть разница. Например, научный паспорт охватывает большее количество информации о вещи, чем учетная карточка, которая в свою очередь более полная, чем предметная карточка, которой распоряжается хранитель (инф. 10). В-третьих, мы видим, как в процессе выставочной деятельности медиационные формы вещи меняются, как на том или ином этапе необходимость в определенной форме отпадает или, наоборот, появляется. Любопытно, например, что на этапе строительства выставки экспонат обрастает большим количеством медиационных форм, помимо концепции выставки и ТЭП, появляются репрезентации, сделанные хранителями, а также монтажные формы, буклеты и этикетки. Объяснение этому можно найти в том, что на данном этапе увеличивается количество людей (а также вещей и документов) принимающий участие в создании выставки: появляется бригада, художник, представитель выставочного отдела. Для координации их деятельности необходимы новые формы, которые позволяли бы выполнять при этом разные виды работ:

---

<sup>239</sup> То есть опосредующих восприятие и использование вещи.

раздача заданий, отбор экспонатов, монтаж выставки, написание текстов для нее. Когда выставка открывается для посетителей, необходимо, чтобы многие медиационные формы, созданные для работы над ней (списки, монтажные листы, черновики, концепция) были убраны и остались только те, которые выполняют определенную функцию – соединение пониманий этнографов и посетителей (а также экскурсоводов, педагогов и т.д.). Этот процесс в социологической литературе получил название «невидимой работы», когда при представлении того или иного события или вещи, показываются только определенные ее аспекты и скрываются другие<sup>240</sup>. На наш взгляд, объяснение этому можно увидеть в том, что внимание посетителей направляются на иного рода ситуации и контексты, в которые включена вещь, отличные от ситуаций и контекстов создания этой выставки. То есть причина – прагматическая. В-четвертых, сами медиационные формы, использующиеся для той или иной деятельности, исторически, культурно и институционально обусловлены: скажем, появление электронной базы данных, которой не было до 2000-х годов в РЭМ, или сама форма научного паспорта, который используется в таком виде только в РЭМ и создан специальным отделом систематизации для удобства поиска информации. В-пятых, как видно из таблицы, каждая из этих форм направлена на определенную аудиторию и, соответственно, обладает своей собственной риторикой для решения той или иной задачи (в концепции выставки нужно сказать, почему она должна быть поставлена именно сейчас и почему именно данные экспонаты будут ее подкреплением; в то же время в буклете приводится порой убеждение посетителя в том, зачем ему нужно вообще посещать данную выставку и что он получит, если это сделает).

В таблице мы не коснулись многих аспектов, сопряженных с движением внутри выставочного процесса: например, многочисленных споров, коммуникаций, переговоров, интерпретаций, смыслов, контекстов. Мы хотели показать то, что нам кажется главным: экспонат внутри музея существует в самых разных формах, он не сводится просто к физическому предмету в фондах и его реконтекстуализация не происходит внезапно, но встроен в определенные, описанные нами практики, в ходе которых происходит конструирование вещи как части того или иного символического пространства.

**Методы экспонирования.** На выставке большое значение имеют не просто вещи, а то, какие связи между ними демонстрирует куратор. Разные виды связей складываются в то, что можно назвать метод экспонирования. Эти методы менялись на протяжении существования музея: эволюционистские типологические формы постепенно сменялись обстановочными

---

<sup>240</sup>В символическом интеракционизме много внимания этим процессам уделяла С. Л. Стар: Star S. L. This is not a boundary object; в исторической литературе интерес представляет работа Verstraete G. Railroading America. Towards a Material Study of the Nation // Theory, culture & society. 2002. V. 19. №. 5-6. P. 145-159.

сценами, использованием фотографий и карт. Однако в них остается важным то, что эти формы предполагают создание более общей картины, попытку говорить о некоторой реальности «по ту сторону». В своей книге о музеях Б. Киршенблатт-Гимблетт выделяет два основных метода экспонирования этнографического предмета, это *in situ*, когда предмет помещается в процесс или определенную сцену, имитирующую сцену в действительности (например, колыбель в юрте рядом с матерью, или несколько головных уборов рядом, как на среднеазиатском базаре), или *in context*, когда вещь помещается в большие контексты, не связанные с ней напрямую и образующие широкие обобщения (эволюционистский тип здесь больше всего подходит)<sup>241</sup>.

На *изображениях 3.1 и 3.2 (приложение № 2)* представлены два фрагмента выставки «Магия металла», которая проходила в музее весной 2014 года. Изображение 3.2 отсылает к центральному фрагменту выставки, где выставочная бригада пыталась создать стилизованную «кузницу» с ее разными составляющими: наковальнями, мехами, клещами.

Это подход *in situ*, хотя в данном случае степень миметизма была не сильной. В случае изображения 3.2 мы видим витрину с большим количеством инструментов разного предназначения (и разных народов), однако основная ее интенция – показать одинаковость их форм (молотки, клещи, долото и т.д.) при некоторых этнических различиях: *Информант. Причем они идут не только по русским, но вообще по всем народам, как мы ее называем сейчас, – территория бывшей Российской империи, Евразия; вот и среднеазиатские, и сибирские и русские, и латышские, и литовские, и все инструменты. Ну и все думали, что они совершенно одинаковые, но на самом деле все они отличаются и именно какая-то этническая такая, маленький, но есть вариант, чтобы узнать, к какому народу принадлежит инструмент. Я думала, что они инструменты – она такие функциональное имеют назначение.*

*Интервьюер. Мне тоже показалось, что они одинаковые с первого взгляда.*

*Информант. Вы, наверное, не обратили внимания – но меха все разные – все это в зависимости от того, у какого народа они бытовали, или наковальня, например» (инф. 7).*

Здесь можно выделить два основных контекста – это евразийский (народы бывшей Российской империи), и этнический в отношении показа инструментов.

В российском музееведении приняты другие методы экспонирования. Так, автор учебника по этой дисциплине Т. Юренева выделяет четыре основных метода построения экспозиции (и выставки): системный, ансамблевый, ландшафтный и тематический<sup>242</sup>. Первый предполагает размещение экспонатов в соответствии с классификационной системой конкретной научной дисциплины, основная структурная единица – типологический (системный) ряд. Подобный способ использовался в музеях в середине XIX – начале XX века в

<sup>241</sup> Kirshenblatt-Gimblett B. Destination culture: Tourism, museums, and heritage. – Univ of California Press, 1998. P. 17 – 79.

<sup>242</sup> Юренева Т. Ю. Музееведение. С. 431.

связи с теорией эволюции и движением эволюционизма в целом. В некоторых музеях он используется до сих пор. Однако в музейной этнографии этот метод был вытеснен другим – ансамблевым (обстановочные сцены), когда реконструируется типичная бытовая обстановка, например, внутреннее устройство юрты, или восточный базар. Ландшафтный метод связан с изображением природной среды и отдельных групп животных и растений (биорупп) на нем. Наконец, тематический метод связан с объединением экспонатов на основании определенной темы, сюжета, проблемы, концепции. Основная структурная единица – это тематико-экспозиционный комплекс, представляющий собой группу предметов разных типов: вещей, документов, изобразительных материалов<sup>243</sup>. Романова также выделяет еще и образно-сюжетный образ, смысл которого – «создание целостного образа разрабатываемой в проекте темы», «музейные предметы представляют собой «овеществленный образ», языковые единицы художественного текста»<sup>244</sup>. Основным принципом построения выставок в РЭМ, на наш взгляд, – тематический, где сочетание предметов между собой предполагает определенную идею. Многие тематико-экспозиционные комплексы при этом строятся на основании географического принципа (при этом стандартно выделяются Кавказ, Сибирь, Средняя Азия, Европейская Россия и Восточноевропейские славяне, Поволжье)<sup>245</sup>. В то же время имеют место и другие классификации, довольно стандартные для музея, например, вид ремесла, техника исполнения, хотя, конечно, подобные классификации зависят от содержания выставки и концепции, предлагаемой куратором и типа (жанра) выставки.

**Пространство.** О важности пространства в музее мы уже упоминали в параграфе 2.6. Выставочное пространство отвечает за большую часть музейного эффекта. Поэтому многие современные кураторы работают с художниками и психологами для того, чтобы создать способы влияния на посетителей, стимулирования их воображения (инф. 22). Для этого применяются звуки, цвет, свет, особые виды материалов, мониторы и другие технологии. Поскольку пространство музея – это гетеротопия, где отношения между вещами и словами могут имитировать, искажать, бросать вызов тому, что мы видим за его пределами, то и само пространство может быть податливым материалом в руках куратора и художника для погружения в среду выставочной темы<sup>246</sup>. К. Хезерингтон, британский исследователь музеев, выделил три вида пространств в музее: это геометрическое евклидово пространство, это дискурсивное пространство и пространство складок<sup>247</sup>. Эвклидово пространство музея – это

---

<sup>243</sup> Там же. С. 432-436.

<sup>244</sup> Романова Н. М. Принципы показа этнографических материалов. С. 17.

<sup>245</sup> См. например, Баранов Д. А. Выставка "Парад народов": вещь в музейном пространстве // Этнографическое обозрение. 2004. № 5. С. 136-140.

<sup>246</sup> О музее как гетеротопии см. Lord B. Foucault's museum: difference, representation, and genealogy // Museum and society. 2006. V. 4. № 1. P. 1-14

<sup>247</sup> Hetherington K. Museum topology and the will to connect // Journal of material Culture. 1997. V. 2. № 2. P. 200.

пространство строгих физических форм, которые имеют галереи, залы, лестницы и переходы. Дискурсивное пространство предполагает, что все это можно прочесть как проявление определенного дискурса, например, дискурса этноцентризма или колониализма. Наконец, пространство складок представляет собой гетерогенное сложное топологическое образование, которое создается связями музея со своими экспонатами во времени и пространстве. Например, спор между Русской Православной церковью и Эрмитажем по поводу раки Александра Невского может быть здесь случаем создания пространства складок в музее, когда православные верующие могли приходить в Эрмитаж и кланяться надгробию, которое проделало длинный путь в имперское и советское время и создало вокруг себя в Эрмитаже собственное пространство, полное дискуссий, споров и интерпретаций<sup>248</sup>. Сложность топологии музея предполагает, как мы уже отмечали, множество пространств со своими особенностями в отношениях между людьми, вещами, идеями, документами. В этом смысле мы имели в виду как раз сложную музейную топологию, которая включает в себе взаимодействие всех трех пространств.

Сейчас мы будем говорить о выставочном пространстве только как о геометрическом евклидовом пространстве. Как оно меняется в процессе выставки? Во-первых, нужно отметить, что в музее есть два типа выставочных пространств: это экспозиционные пространства, где выставляются экспозиции, которые стоят в музее подолгу, от 10 до 30 лет, и выставочные пространства, в которых экспонируются выставки, стоящие, как мы уже отмечали, от месяца до четырех. В силу отмеченного недостатка выставочных пространств, который происходит из-за того, что архитектор В. Ф. Свиньин не успел закончить строительство фондохранилищ, музей занимает многие выставочные пространства под фонды. В ходе моего полевого исследования в музее было три выставочных пространства, где экспонировались выставки: это т.н. зал «150 метров» (названный по его площади), находящийся на втором этаже центрального музейного здания; это пространство бывшего конференц-зала на втором этаже<sup>249</sup>; и это пространство на первом этаже, которое получилось в результате перегораживания части длинной боковой галереи. При том, что пространство бывшего конференц-зала в 2014 году было закрыто на ремонт, получается, в этом году у музея была возможность размещать временные выставки только в двух пространствах, в 150 метрах и на первом этаже. Есть также еще возможность создавать выставки в Мраморном зале, однако дирекция, как отмечают информанты, редко дает это пространство под выставки по

---

<sup>248</sup> Эрмитаж и Церковь определяются с размещением раки Александра Невского после изготовления копии // URL: <http://www.sedmitza.ru/text/4828695.html> (Дата посещения 19. 09. 2014)

<sup>249</sup> С начала 2014 года этот конференц-зал был перенесен на первый этаж и занял место части экспозиций Украины, Белоруссии и Молдавии. А на втором этаже разместился архив, само пространство которого ремонтировалось.

своим причинам. Там чаще демонстрируются привозные выставки, а также проходят концерты этнической музыки по вторникам (инф. 25). При этом я заметил, что второе пространство, на первом этаже, не использовалось, в результате действующим оказывался только один зал – 150 метров. Нужно также добавить, что в музее есть также еще одно пространство под выставки – это длинная центральная галерея на первом этаже в правом крыле (о котором мы говорили в параграфе 2.5), но его обычно используют под большие заказные проекты, а с некоторого момента было принято решение даже использовать это пространство для демонтированной экспозиции, посвященной Украинцам, Белорусам и Молдаванам (дневник наблюдения 12. 09. 2014).

Особенностью зала «150 метров» (как и некоторых других) является то, что шкафы для экспозиций привинчены к полу по периметру зала, таким образом, нет возможности их передвинуть или убрать, что, как отмечают информанты, ограничивают возможность для дизайна выставки (инф. 15). Недостатком витрин, как отмечается, является то, что они предназначены для выставления одежды, манекенов, но в них сложно экспонировать, например, ткани или украшения. С помощью специальных подставок художнику и монтажникам это удается делать, однако вид все-таки портится. Как отмечает один из информантов, это был подарок музею, и потому трудно было отказаться, но «оперировать им сложно» (инф. 6). Помимо этого, в зале имеется все необходимое: светильники, установленные по периметру, которые можно направлять специально на те или иные экспонаты, система сигнализации и безопасности, климат-контроль.

Поскольку, как мы уже говорили в параграфе 2.3, Министерство культуры спускает на музей большой объем выставок, то предыдущая выставка стоит в музее до тех пор, пока не будет смонтирована новая. Поэтому пространство начинает меняться на этапе монтажа. Иногда некоторые элементы дизайна предыдущей выставки используются для последующей, как было, например, с выставкой «Магия металла», элементы которой были взяты монтажной бригадой с выставки «Традиционный текстиль народов Средней Азии». Особенностью штатного художника является то, что он создает выставки по вдохновению, поэтому обычно планов не строится и дизайн делается на ходу. Сам художник это сравнивает с тем, как ребенок играет в кубики, он не знает, что получится в итоге (дневник наблюдения, 20 ноября 2013 года). Но к этому уже все привыкли (инф. 7). Как уже отмечалось, в центре выставки обычно возводится выставочный каркас, который может быть самых разных форм, и оформляются витрины и пространства между ними. В нескольких местах на каждой выставке ставятся мониторы, демонстрирующие слайды с фотографиями или показывающие видеоролики, связанные с темой выставки. В процессе строительства пространство заполнено

самыми разными вещами: недостроенными каркасами, столами, экспонатами, витринами, инструментами, тканями, лестницами<sup>250</sup> (*см. изображение 3.4.*).

Все это примыкает друг к другу каким-то образом и постепенно обретает форму. Из всех этих гетерогенных элементов (и это только мы перечислили видимые, а что говорить о разных интерпретациях, смыслах, видениях и представлениях) выставочная и монтажная бригада должна создать некоторую единую выставку с определенной темой и недвусмысленной идеей (Информант 18). Можно в данном случае перефразировать мысль К. Хезерингтона: выставка – это гетерогенная машина по производству гомогенности<sup>251</sup>.

Меняется и само пространство, и оборудование в нем: экспонаты прикрепляются к витринам, выкладываются в шкафах, вешаются на манекены, экраны и фотографии развешиваются по сторонам зала, затем специальный человек протирает все стекла у шкафов, и другой человек регулирует направление света в лампах. Затем специальный уборщик подметает всю пыль и грязь, и выставка готова для экскурсий.

**Документы.** Документы позволяют присоединять к экспонатам необходимые тексты и данные, а также представляют экспонаты для разных социальных миров. Эти две работающие совместно функции мы уже проследили, когда говорили о вещах на выставке и о том, что тексты позволяют множить разные репрезентации вещей и использовать эти репрезентации для различных целей. В социологической литературе существует уже целое направление, которое занимается исследованием документов<sup>252</sup>. Американский этнограф А. Райлз выделяет три основных подхода в этом направлении: это веберовское исследование документов в рамках формальной бюрократической организации, исследование документов через призму фуколдиданской теории управления (*governmentality*) и прагматическое исследование документов, которое предпринималось этнометодологами и исследователями науки и технологии<sup>253</sup>. Р. Харпер, теоретик прагматического исследования говорит о том, что с помощью исследования документов мы сможем исследовать и деятельность всей организации<sup>254</sup>. Харпер пытается проследить взаимосвязь документов и действий внутри организации, фокусируясь на трансформации форм и смыслов, которые претерпевает тот или

---

<sup>250</sup> Для антуража еще нужно добавить, что негромко играет радио «Эрмитаж», и художник с задумчивым видом попивает чай.

<sup>251</sup> Изначально К. Хезерингтон сказал это про музей как таковой: Hetherington K. Museum topology and the will to connect // *Journal of Material Culture*. 1997. V. 2. № 2. P. 215.

<sup>252</sup> Riles A. (ed.). *Documents: artifacts of modern knowledge*. University of Michigan Press, 2006; Harper R. H. R. *Inside the IMF: an ethnography of documents, technology and organisational action*. Routledge, 1998; Comaroff J., Comaroff J. *Christianity and colonialism in South Africa* // *American Ethnologist*. 1986. V. 13. № 1. P. 1-22; Smith D. E. *Texts, facts and femininity: Exploring the relations of ruling*. Routledge, 2002.

<sup>253</sup> Riles A. (ed.). *Introduction* // *Documents: artifacts of modern knowledge*. University of Michigan Press, 2006

<sup>254</sup> Harper R. H. R. *Inside the IMF: an ethnography of documents, technology and organisational action*. Routledge, 1998. P. 3.



иной документ. Он называет свой подход исследованием карьер документов<sup>255</sup>, полагая, что, как и люди, документы проходят определенные этапы в рамках определенных действий, и каждый этап предполагает свое отношение и видение документа.

Для того чтобы тот или иной лист бумаги (или электронный текст) стал документом, необходимо, чтобы он признавался в рамках определенной организации как легитимный. Обычно это предполагает определенную форму и знаки отличия (печати, штампы, подпись и т.д.). Чаще всего существование и роль таких документов прописывают в уставах и иных документах. Таким образом, образуется целая сеть документов (документационного обеспечения), которые регулируют деятельность организации. В РЭМе можно выделить два основных вида документов: это документы, существование которых предполагается контролирующими органами (Министерством культуры, налоговой и пожарной инспекцией и т.д.), и документы, основанные в самой организации и характеризующие ее внутренние особенности действия. Первые виды документов – это устав, документ об организации (учреждение), свидетельство о регистрации, кадастровые документы и т.д. Нам будут больше интересовать второй тип документов, которые утверждаются самим музеем, и применительно к выставочной деятельности. Подобные документы можно разделить на документы учетного характера и документы регулятивного характера. Многие регулирующие документы (научные паспорта, учетные карточки, предметные карточки, выставочную концепцию, ТЭП) мы уже характеризовали в других параграфах (см. параграфы 2.3, 2.4., 2.6., 2.7., 3.2.).

Учетные документы предназначены для контроля и учета экспонатов, действий, событий, поведения сотрудников, в то время как регулятивные документы участвуют непосредственно в той или иной деятельности (но выходящей за рамки контролирующей).

Учетные документы на выставочную деятельность включают выставочный годовой план и выставочный годовой отчет – документы, которые одновременно также посылаются и в Министерство культуры. Выставочный план предусматривает расписание выставок, внутренних и за пределами музея и время их проведения. Выставочный отчет предполагает перечисление выставок, которые состоялись в текущем году. Помимо этих документов, большую роль играют индивидуальные планы сотрудников, о которых мы говорили в параграфе 2.4, где подробно прописана выставочная деятельность, а также общие агрегированные планы отделов и всего музея, которые посылаются также в Министерство культуры. Эти и некоторые другие документы играют роль интерфейса между выставочной деятельностью, дирекцией и министерством культуры, позволяя последним двум контролировать деятельность, которую они часто не могут видеть воочию, но которая

---

<sup>255</sup> Ibid.

формально подчинена их заботе. Как мы уже отмечали, в создании этих документов большую роль играют и собственные интересы представленных групп.

**Знание.** Вопрос знания и его природы в выставочной деятельности остается одним из самых сложных. В данной части мы не собираемся целиком освещать этот вопрос, это потребовало бы огромных усилий и другого методологического аппарата. В то же время на примере знания внутри выставочной деятельности мы постараемся указать на положение знания в музее вообще. Этот вопрос, на наш взгляд, требует прояснения через обращение к пяти дополнительным вопросам:

- 1) Как мы понимаем, что такое знание в музейной деятельности?
- 2) Как знание связано с другими элементами выставочного процесса?
- 3) Как знание меняется, переходя от других форм деятельности музея к выставочному процессу?
- 4) Как знание транслируется различным аудиториям?

1) ***Как мы понимаем, что такое знание в музейной деятельности?*** Ответ на этот вопрос требует ответа на вопрос, что такое знание как таковое. Это, разумеется, прерогатива философов. Социологи знания и социологи науки, в общем, опираются на два следующих постулата: 1) Знание имеет институциональную, культурную и социальную обусловленность. Социология знания, получившая развитие в работах К. Мангейма, показывает, что знание зависит от социального положения индивида и интересов, существующих в рамках данного положения<sup>256</sup>. Традиция, идущая от Г. Зиммеля, отмечает, что знание имеет социальные барьеры своего проникновения<sup>257</sup>. Более радикальный взгляд на знание предлагают исследователи направления социология научного знания (SSK) Д. Блур, Б. Барнс, Г. Коллинз, которые стремятся показать, что любое знание социально конструируется определенной группой<sup>258</sup>. Этот постулат объясняется тем, что в отличие от философа, социологу необходимо так сконструировать свой объект, знание, чтобы он (социолог) мог исследовать его с помощью своих теорий и методов. Второй постулат, который разделяется не всеми социологами, выдвинули Т. Лукман и П. Бергер. Он звучит как 2) знание конструирует социальную реальность<sup>259</sup>. Этот постулат предполагает обратную картину: само знание и его производство в повседневности активно участвуют в конструировании социального порядка.

---

<sup>256</sup> См. McCarthy E. D. Knowledge as culture: The new sociology of knowledge. Routledge, 2005. P. 2

<sup>257</sup> См. Simmel G. The sociology of secrecy and of secret societies // The American Journal of Sociology. 1906. V. 11. №. 4. P. 441-498.

<sup>258</sup> Collins H. M. The sociology of scientific knowledge: studies of contemporary science // Annual Review of Sociology. 1983. Vol. 9. P. 265-285.

<sup>259</sup> McCarthy E. D. Knowledge as culture. P. 21.

Эти постулаты можно дополнить другим направлением в исследовании (научного) знанием, прагматико-интеракционистским. В статье «Символический интеракционизм в социальных исследованиях науки» социологи А. Кларк и Э. Герсон отмечают основные черты подхода к знанию в этом направлении. Во-первых, все социальные факты, результаты и теории это социальные конструкты<sup>260</sup>. Во-вторых, знание репрезентирует и воплощает в себе работу, т.е. определенный способ организации мира через серии связанностей (commitments) и альянсов<sup>261</sup>. В-третьих, знания есть сами по себе связанности (commitments), способы распределения ресурсов и ответы на ограничения и неопределенность среды<sup>262</sup>. В-четвертых, нет никакой субстанциальной разницы между научным и любым другим видом знания<sup>263</sup>. Если кратко выделить основную идею интеракционистов о знании, то знание и деятельность (работа) неразрывно связаны и, чтобы понять знание, мы должны понять работу и ее организацию<sup>264</sup>. Как отмечают Кларк и Герсон, подобное понимание интеракционисты берут из философии прагматизма, преимущественно у Дж. Дьюи. В работе «Эссе по экспериментальной логике» Дьюи отмечает, что в любом опыте (experience) присутствуют как знания, так и элементы, с ним напрямую не связанные. Когда речь идет об опыте, пишет он, имеется в виду огромный и действующий мир различных взаимосвязанных элементов<sup>265</sup>, где осознаваемое знание только небольшая его часть<sup>266</sup>. Другой источник составляют уже работы самих интеракционистов, Р. Парка, Э. Хьюза, Г. Беккера и других. Сам акцент на понятии работы выдает здесь влияние Хьюза, который придавал этому понятию огромное значение<sup>267</sup>. От понятия работы можно отойти в сторону близкого ему, но более широкого понятия деятельности или практики<sup>268</sup>. При этом интеракционистско-прагматическое понимание знания как элемента деятельности, связанного с другими элементами, нужно оставить. Еще одно дополнение - это разделение в современной литературе знания на два основных типа: эксплицитное (проговариваемое, выразимое, которое можно относительно легко передать другому) и личностное (которое нельзя выразить, разложить, эксплицировать)<sup>269</sup>. Для наших целей мы будем рассматривать эксплицитное знание как состоящее из фактов, понятий,

---

<sup>260</sup> Clarke A. E., Gerson E. M. Symbolic interactionism in social studies of science // Becker H. S., McCall M. M. (ed.). Symbolic interaction and cultural studies. University of Chicago Press, 2009. P. 181.

<sup>261</sup> Ibid.

<sup>262</sup> Ibid. P. 182

<sup>263</sup> Ibid.

<sup>264</sup> Ibid.

<sup>265</sup> Dewey J. Essays in experimental logic. SIU Press, 2007. P. 5-6.

<sup>266</sup> Ibid. P. 4.

<sup>267</sup> Hughes E. C. Men and their work.

<sup>268</sup> Которые также используются представителями символического интеракционизма, см. работы Blumer H. Sociological implications of the thought of George Herbert Mead. – 1966; Becker H. S. Art as collective action // American sociological review. – 1974. – С. 767-776; Bowker G. C., Star S. L. Sorting things out: Classification and its consequences. – MIT press, 2000.

<sup>269</sup> Волков В. Райл и Полани о практическом знании // Хархордин О., Волков В. Теория практик. СПб., 2008.

классификаций (таксономий, схем). Второй вид знаний, личностный, предполагает, согласно британскому исследователю Г. Коллинзу, три основных типа: это реляционное личностное знание (невозможность проговорить все, относящееся к некоторому феномену другому из-за разных причин), соматическое личностное знание (например, известный пример Поланьи с ездой на мотоцикле) и коллективное личностное знание (знание как делать нечто, зависящее от ситуации и связанное с коммуникацией, например, переходить дорогу на зеленых свет)<sup>270</sup>. Соответственно, можно говорить не только о том, что знание активно участвует в некоторой деятельности, вступая во взаимодействие с другими элементами, но и о том, что речь идет о разных видах знания, относящиеся к разным элементам внутри практики.

В итоге, если давать определение знанию в музейной деятельности – то это совокупность эксплицитных или личностных форм, которые взаимодействуют с другими элементами и выступают как результат договоренностей между участвующими индивидами, так и средством изменения этой деятельности.

2) ***Как знание связано с другими элементами выставочного процесса?*** Что отличает знание от других элементов? Во-первых, как мы уже отметили, знание имеет множественный характер. Если мы рассмотрим взаимодействия знания и выставочных текстов (буклетов, этикеток, каталогов), то увидим, что для написания таких текстов требуется как эксплицитное (набор фактов, знание этнографических понятий, умение работать с классификациями, знание авторов), так и личностное знание (умение писать тексты определенным образом, свойственным для музея, знание о том, как печатать на компьютере, знание о том, как соединить разные элементы в едином тексте). С другой стороны, сами тексты предполагают наличие внутри себя определенных знаний (фактов, понятий, рисунков), которые читатель или посетитель оттуда получают. Знание выступает и как основа для написания текстов, так и результат такого написания. Во-вторых, знание буквально «окутывает» каждую вещь и каждый текст: оно говорит музейному сотруднику о том, как обращаться с этой вещью, как на нее смотреть, как ее можно соединить на экспозиции с другими вещами. Здесь трудно отделить личностное знание от эксплицитного: разработанная куратором классификация может быть затем применена к вещам, и, наоборот, результаты, полученные в ходе личностного знания о вещах затем могут быть переведены в теоретические знания. Пример здесь: это серия музейных выставок «Антропология вещи», в рамках которой собирались различные комплексы отдельных костюмных элементов, которые затем были переведены на аналитический язык методического пособия (инф. 14). В-третьих, знание в рамках выставочной деятельности не сконцентрировано в одном месте, оно распределяется

---

<sup>270</sup>Collins H. Tacit and explicit knowledge. University of Chicago Press, 2010.

куратором и другими участниками по вещам и текстам на выставке, выделяя одни темы и затемняя другие. В рамках работы над выставкой куратор обдумывает, каким образом знание может быть распределено по теме, сколько внимания и места на выставке будет уделено той или иной вещи, теме, феномену. Этот процесс можно было бы назвать экономикой знания. Например, на выставках, посвященных той или иной теме, которая рассматривается в рамках всей бывшей территории Российской империи, русские или славяне часто занимают ведущее место<sup>271</sup>. Им уделено наиболее внимание и тем самым наибольшее знание, в то время как другие народы быть освещены только по касательной. На наш взгляд, речь идет здесь не только о репрезентации этих народов и не только об идеологической подоплеке высвечивания русских как титульной нации, но и о том, что автор выставки может лучше разбираться в русских, или русские вещи лучше и больше представлены (что является фактом для музея), или в силу иных причин. Однако большую роль играет и сам взгляд куратора.

В итоге, что отличает знание от других элементов на выставке? Прежде всего, его множественность и разнородность, которая проявляется в том, что оно есть и результат и основа для выставочной деятельности. Наконец, в том, что знание пронизывает каждый другой элемент, но в то же время внутри выставочного процесса происходит процесс управления этим знанием, которые проявляется в таком феномене как экономика знания.

3) ***Как знание меняется, переходя от других форм деятельности музея к выставочному процессу?*** Не меньший интерес представляет вопрос о том, каково отношение между знанием в хранительской, собирательской, исследовательской деятельности музея и выставлении. Мы не собираемся, конечно, анализировать каждую деятельность, это заняло бы слишком много времени. Попробуем выявить основные черты.

Один из информантов, опытный и квалифицированный сотрудник, отметил существующее напряжение между научной работой, требующей выявления множественности контекстов существования вещи в традиционной культуре, и выставочной работой, когда «нужно прорабатывать серьезные исторические темы за краткий период и выдавать результаты, которые должны иметь значение факта» (инф. 13). В научной работе исследователь прибегает к огромному количеству источников, литературы, данным, информации. Он опирается на существующие в науке (или разработанные им) теории, он ссылается на тысячи разных авторов. Когда речь идет о характеристике вещи в культуре, у этнографов существует постоянно возрастающий репертуар вопросов, которые они могут к ней задавать: связь с хозяйством, с пространством и временем, с восприятием, с мифологией, с социальными отношениями, с традицией или инновацией, с самосознанием или верованиями.

---

<sup>271</sup>См. буклет «Топор всему голова».

Даже об одной вещи (или о типе вещей) пишутся статьи и даже монографии<sup>272</sup>. Когда же речь идет о выставке, то необходимо сократить количество контекстов и, более того, сконструировать эти контексты так, чтобы они были понятны публике, которая «имеет свое мировоззрение, массовое сознание, этнические фобии, антифобии, предпочтения» (инф. 13). Даже несмотря на то, что бессмысленно говорить об усредненном портрете посетителя музея (инф. 6), тем не менее, необходимо учитывать то, какие контексты и смыслы будут заложены в выставку. Когда мы говорили о выставочных текстах, мы уже упомянули о том, что этикетка – это способ перевести знание музейного этнографа в знание, доступное публике. Такой перевод необходим, поскольку даже если речь идет об очень осведомленной и читающей публике, не самая большая ее часть имеет этнографическое образование. Поэтому характерной чертой знаний, прежде всего эксплицитных научных знаний, при переходе из вневыставочной деятельности в выставочную, является процесс перевода (трансформации). Характерный пример перевода – это *редукция* определенного феномена, темы или вещи к одной или нескольким идеям. Выставка «Традиционный текстиль народов Средней Азии», проходившая в музее с декабря 2013 по февраль 2014 года, была посвящена юбилею одного из собирателей первых коллекций музея С. М. Дудину. Несмотря на то, что Дудин привез из экспедиций около трех тысяч экспонатов, среди которых были и средства передвижения, и деревянные изделия, автор выставки решила показать коллекции Дудина в основном через текстиль (то есть одежду, ткани, ковры), поскольку, на ее взгляд, Дудин был любителем текстиля (Дневник наблюдения, 19 ноября 2013 г). Весь текстиль также был разделен на две основные категории – это текстиль кочевых народов и текстиль оседлых народов Средней Азии. То же разделение используется и на экспозиции музея, посвященной народом Средней Азии и Казахстана. То есть при построении сама фигура Дудина была редуцирована до его текстильных коллекций, а коллекции затем были построены по принципу деления на категории. Если бы этнограф писал бы монографию, то он мог бы написать о текстиле гораздо больше, включив его в разные контексты, однако выставочная деятельность предполагает большое количество ограничений и свою специфику (указанная актуальность, фиксированность смыслов и недвусмысленность, о которой мы уже говорили выше). Другой пример – один из сотрудников музея, который одновременно преподает основы музейной работы в одном из вузов Петербурга, на своей лекции по выставочной деятельности предложил исходить из идей (концепции, тем, принципов, концептуальной модели) и вещей (экспонатов, фотографий), которые, соединяясь

---

<sup>272</sup> См. Емельяненко Т. Г. Традиционный костюм бухарским евреев: этнокультурный аспект. СПб., 2012; Баранова О. Г. Резные деревянные календари из устюгского уезда Вологодской губернии // Музей. Традиции. Этничность. 2012. № 1. С. 37- 51; Холодная В. Г. Практика частных подношений императорской фамилии на примере олонцкого кокошника из фондов РЭМ // Музей. Традиции. Этничность. 2013. № 1.

с возможностями пространства, образуют выставку. Как он отмечал, научная концепция предполагает отбор и отсеивание экспонатов и тем: редуцирование их лишь до тех, которые соответствуют концепции, или основной идеи, выставки (Дневник наблюдения, 9 сентября 2014). То есть редуция – это осознанный прием в выставочной деятельности. Еще один пример: в 2010 году в музее проходила выставка «Глазами Гоголя», посвященная этнографическим зарисовкам в творчестве писателя, и Гоголь был показан через два основных произведения: «Мертвые души» и «Вечера на хуторе близ Диканьки», - произведения, которые были, с одной стороны, хорошо знакомы посетителю, с другой стороны, были наиболее «этнографичны» (инф. 16). Возможность выставки выразить через пространство, предмет, образ определенную идею или информацию сталкивается с требованиями выставки в понятности, недвусмысленности, ясности контекста. Это приводит к необходимости перевода множественности знаний, существующих относительно тех или иных феноменов, экспонатов, событий, людей в простую форму. Однако редуция как упрощение - это не единственный способ перевода. Другой прием касается непосредственного перевода эксплицитных знаний через методы экспонирования в отношении между экспонатами и текстами. Здесь происходит не снижение многообразия к одной или нескольким идеям, а перевод идей в визуальные и пространственные формы: например, фотография может передать особенности внутреннего быта кузницы конца XIX века, или это может сделать обстановочная сцена. В этом смысле сами предметы «говорят за себя», хотя и при условии сопровождения это вспомогательными текстами. Данный прием можно назвать *реификацией*. Третий способ – это *реконтекстуализация*, когда знание с помощью коцептуализации и методов экспонирования наделяется новым контекстом. Один из информантов так описывает этот прием: «А дальше мы можем начать играть с идеями: великий русский народ, создатель особой специфической культуры..., освоивший евразийские леса и лесостепи и в чем ему есть пролог российской цивилизации, это такой националистический дискурс, это тоже факт, это правда. Это было в истории... мы можем взять географический дискурс... мы хотим говорить, скажем, о труде, об астрономии, о роли коммунистической партии по освоению Черноземья» (инф. 13). Таким образом, одни знания, в виде того, что респондент называет факты, связываются с другими видами знания, которые образуют для первых контексты. Мы постарались описать только некоторые приемы перевода.

Между разными видами деятельности в музее существует своеобразное соответствие: оно выражается в том, что знания можно перевести из одной практики в другую. Как это происходит? Если мы говорим о хранении, то всякая вещь имеет вокруг себя совокупность учетных и информационных текстов (учетная карточка, предметная карточка, научный паспорт, запись в базе данных, экспертное заключение и т.д.). Цель этих текстов состоит не

только в том, чтобы дать возможность отследить вещь в музее, но и в том, чтобы дать куратору возможность понять, как эта вещь может быть полезной на выставке, каковы ее особенности, какая легенда с ней связана. Иначе говоря, каждая вещь имеет вокруг себя документальные интерфейсы, делающие ее переводимой в другие практики и полезной для этих практик. Эти интерфейсы как раз и содержат те знания, которые затем, в редуцированном (или усиленном) виде могут быть представлены на выставке.

До этого момента речь шла об эксплицитных знаниях. Что же касается личностных знаний, то здесь можно также отметить пример перевода, и в то же время, совместимости. Ряд информантов отмечает, что когда хранитель хранит вещь, он ее трогает, и он с ней взаимодействует на телесном уровне (инф. 4; инф. 10). Иначе говоря, в процессе такого взаимодействия появляется, как отмечал Г. Коллинз, соматическое личностное знание. Хранитель, который таким образом «знает свои вещи», без труда сможет подобрать экспонаты для разных выставок с разными идеями и концепциями, поскольку он их помнит и знает. Тацитное знание требуется и в самом процессе построения выставки, но здесь это знание приобретает характер скорее выделенного Коллинзом коллективного личностного знания, которое связано с принятыми в музее конвенциями, культурными практиками, общими разделяемыми смыслами (как писать тексты, как организовывать выставочную бригаду, какие выставочные идеи будут с большим успехом приняты в музее, как показывать экспонаты, и даже как выстраивать коммуникацию с художником). Эти знания могут быть приобретены только в самом процессе построения выставок, который чаще всего, как мы уже указывали, происходит при содействии старших коллег, а также в процессе формальной и неформальной коммуникации с музейным коллективом. В итоге, при переходе от собирания, хранения, исследования к выставлению знания меняются: выставки требуют редукции тех или иных знаний, связанных с сюжетами, экспонатами, темами; музейному сотруднику требуются другие навыки; происходит перевод существующих знаний в новые формы и контексты. В то же время знания в музее приспособлены таким образом, что они могут быть переведены, в том числе вполне рутинным образом.

**4) Как знание транслируется различным аудиториям?** То есть, какое знание получается на выходе? И как оно транслируется, кому? На наш взгляд, знания передаются через модели посредством выставочной репрезентации. Модель – это и есть собранная выставка, состоящая из разных элементов, цель которых – создать представление об определенной реальности за пределами выставки, музея и т.д. Модель может быть использована по-разному, репрезентация – это одна из ее запрограммированных предписаний, которая направлена на выведение перед разными аудиториями знания о той или иной теме, феномене и проч. Модель в данном случае – это инструмент трансляции знания, которое



получается из совмещения разных элементов выставки между собой и способностей применить к этим элементам новые контексты, вопросы, идеи. Одну из ведущих ролей здесь играет и сама аудитория, а также практики репрезентации, будь это экскурсия, образовательные программы, квесты, семейное посещение, одиночное посещение и другие форматы. Несмотря на то, что любая выставка «интерактивна» и любой посетитель, как отмечают многие информанты, является ее соавтором (инф. 9), музейные сотрудники все равно закладывают в выставку определенные знания и помещают вещи в те контексты, которые им знакомы, которые разрабатываются в науке и (или) приняты в музейной среде.

Отметим только одну важную черту музейной репрезентации – ее публичность, а значит и способность влиять через репрезентацию на представление людей о той или иной группе. Эта способность связана непосредственно с объектом экспонирования – самим традиционными народами. Это вопрос, который получил в этнографической литературе название «кризис репрезентаций», а именно кризис тех знаний (и возможностей выражения), которые бывшие колониальные страны имеют в отношении колонизированных стран<sup>273</sup>. Пересмотром подобных знаний и репрезентаций в этнографических музеях занимается ряд исследователей. И здесь возможны самые разные варианты: от замалчивания данных тем под предлогом их неприменимости к данному музею (насколько применима колониальная логика к российской имперской истории), через мнение о том, что нужно больше разных репрезентаций и музей дает только одну из них (инф. 4) к стратегиям совместного конструирования экспозиций и фондов с теми, кого музей представляет (инф. 24). В итоге, когда выставка готова, то знание, которое было до того прерогативой хранителей и научных сотрудников, становится публичным коммуникационным фактом, с которым те или иные группы должны считаться. Знание обретает политический характер.

**Коммуникация.** Мы уже говорили об этом пункте ранее, когда речь шла о стадиях построения выставки. Коммуникация, переговоры – важная составляющая выставочной деятельности. На каждом этапе эта коммуникация принимает свои собственные формы. Это могут быть неформальные формы за чашкой чая или выкуриванием сигареты на первом этапе, когда идея выставки еще только начинает концептуализироваться и советы старших коллег и друзей могут в этом помочь. Или формальные способы коммуникации и переговоров с дирекцией на третьей этапе с помощью концепции выставки и ТЭП, а также советов и рекомендаций от дирекции. На четвертом этапе коммуникация достигает высокой интенсивности в связи с обсуждением того, каким образом концепция может реализоваться, переговорами внутри выставочной бригады, договоренностей с художником и монтажниками.

---

<sup>273</sup> Marcus G., Fischer M. A crisis of representation in the human sciences.

Каждый раз коммуникация строится вокруг решения проблем концептуализации, идеи, ресурсов, возможностей и способов показа, а также вокруг способностей найти компромисс. В не меньшей степени, чем написание текстов, или манипуляция с предметами, выставка – это коммуникация, в ходе которого идея воплощается и реализуется в конкретном пространственном выставочном комплексе. Это коммуникация, как со своими современниками, так и с сотрудниками прошлых эпох, от которых остались традиции, конвенции, способы мышления и действия, которые в настоящий момент подвергаются изменению, но это изменение – также результат диалога.

В итоге, мы отметили, что выставка состоит из самых разных элементов: текстов, вещей, методов экспонирования, пространств, документов, знаний, коммуникации. Мы попытались проследить характер этих элементов, их сцепление друг с другом на отдельных стадиях строительства выставки, а также их изменение при переходе от собирательской, хранительной и исследовательской в выставочную деятельность. Создание выставки как модели – это процесс конструирования нового культурного объекта из самых разных элементов, который связан с самыми разными интересами внутри музея, особенностями этих элементов и способов их трансформации и взаимоувязывания друг с другом. В этом процессе музейный сотрудник выступает настоящим бриколером, собирая разные элементы в единую сеть, а также режиссером, стремящимся к тому, чтобы эта сеть была встроена затем в восприятие, ожидание и воображение будущих аудиторий. Необходимость балансировать на грани между наукой и искусством, художественным образом и научной классификацией, принятыми в музее конвенциями, интересами коллег и дирекции и желанием донести свой «месседж» заставляет куратора находить новые способы связывания элементов, экспериментировать и обращаться к разным формам перевода знаний и образов в выставочную деятельность.

### **3.4. Внутри выставки: репрезентация и содержание**

#### **3.4.1. Особенности репрезентации этнографических выставок в РЭМ**

Разговор о репрезентации в научной литературе начала XXI века предполагает разговор об их использовании в исследованиях и эпистемических практиках<sup>274</sup>. Для прагматически-ориентированных исследователей репрезентация видится как практика использования моделей для познания реальности, опирающаяся на способности моделей к референции к некоторой

---

<sup>274</sup> Knuuttila T. Modelling and representing: An artefactual approach to model-based representation // Studies In History and Philosophy of Science Part A. 2011. V. 42. №. 2. P. 262-271.

реальности за пределами себя. Модель, иначе говоря, это некоторая упрощенная система, имеющая с изучаемой реальностью определенные соответствия элементов, которые позволяют ученым исследовать реальность без непосредственного к ней доступа. Но для выставок это не главное. Несмотря на то, что музей стремится быть и научным учреждением, он не является лабораторией для исследования реальности, по крайней мере, не так как в естественных науках, для которых развивается понятие модели. В музее модель другая.

Книга одного из ведущих методистов РЭМ Романовой «Принципы показа этнографических материалов...», к которой мы уже обращались, анализируя национальную политику государства, может быть полезна и для понимания целей, который преследуются музейными сотрудниками при построении. Эти цели не исчерпывающие, но они указывают на репрезентативные интенции музея: <необходимо строить> «экспозицию как форму отражения роли этничности в освоении природы и географического пространства в историко-культурном аспекте и хронологической протяженности»; «экспозицию как моделирование художественного образа времени и «мира» на базе субъективных эстетических представлений автора (образно-сюжетный метод)»; «экспозицию как полифоническое произведение разных жанров искусства, включая архитектурно-художественное решение, использование света, аудиовизуальных средств, музыкального сопровождения и пр.», «экспозиционно-выставочную деятельность (результат и процесс) как территорию культурного самоопределения личности (автора экспозиции и посетителя), в т.ч. выявление этнического компонента в научной разработке, осуществлении проекта, восприятии материалов, интерпретации исторических памятников и событий», «экспозицию как интерактивное пространство интерпретации и освоения опыта прошлого, современных реалий, предвидения будущего». Все это вписывается в общую цель показа «особенности создания исторических реконструкций с привлечением этнографических памятников на документально-художественной основе». Среди перечисленных принципов создания экспозиции отсутствует принцип научности. Автор упоминает его позднее, говоря о том, что этнография и музееведение «должны базироваться на уже устоявшихся, проверенных временем фактах и их оценках»<sup>275</sup>. На основании этого видно, что создание этнографической выставки – это не следование по пятам реальности, которое имеет место в экспериментах естественных наук. Сами цели такого создания, структура, типы и использование моделей будут другими. Помимо научной составляющей (опора на проверенные временем факты), выставка предусматривает художественную основу (художественное моделирование мира), субъективность (эстетические представления, персональные интерпретации), ориентацию на использование множественных средств

---

<sup>275</sup> Романова Н. М. Принципы показа этнографических материалов в экспозициях краеведческих музеев. СПб., 2010.

выражения (дизайнерские решения, свет, звук, музыку) и на интеракцию с посетителем. Данные интервью подтверждают подобные конвенциональные особенности выставки: один из информантов отмечает, что его задача – выразить предложить свой сценарий считывания традиционной культуры в современности (инф. 6), другие респонденты подчеркивают роль субъективного фактора, важности художественного оформления, роль посетителя как соавтора выставки (инф. 9; инф. 8). Выставка, таким образом, - это не выражение реальности по ту сторону, не попытка максимально полно симитировать традиционную культуру, сконструировать модель, имеющую полное сходство или изоморфизм с этнографическим объектом. Выставка это скорее документальный фильм, который основан на реальных событиях, людях, предметах, но все же предполагает монтаж, авторское видение и ориентацию на ожидание зрителей. Как отмечает П. Офдерхайде в своей книге о документальных фильмах, последние никогда не претендуют на то, что воспроизводят реальность как она есть; они делают это так, чтобы это воспроизведение было похожим, честным и справедливым<sup>276</sup>. Также и выставки стремятся оставаться на этих позициях, ориентируясь на воспроизводство реальности не с помощью копирования, а скорее с помощью инсценировки. Как и режиссеры документальных фильмов, музейные сотрудники выбирают из нужных материалов, опираются на исторические свидетельства, факты и предметы. И те и другие представляют нарратив, оба сочиняют сюжет. Отличие состоит в том, что в фильме все основано на способе действия со временем, а в музее – с пространством. Выставочная деятельность предполагает работу с другими материалами и иными способами организации свидетельств: в РЭМ, например, наблюдается тенденцию к научной деятельности (использование этнографических классификаций) и к попыткам применить ее на выставках и экспозициях.

Если выделять особенности выставки как репрезентации, то необходимо охарактеризовать ее отличие от других моделей. Если развить метафору документального фильма, то выставка – это короткометражный фильм, который позволяет выразить авторское видение, или сконцентрироваться на технике подачи, или высветить игру «актера», и передать одну определенную идею. В то же время, несмотря на то, что выставка – всегда творческий акт (инф. 6; инф. 14), ее трудно назвать, с точки зрения социологии, произведением искусства. В различии между искусством и ремеслом, которое проводит Г. Беккер, первое связано с тем, что имеем цель в самом себе: например, картина, нарисованная живописцем, не может выполнять цели за пределами самой себя, наоборот, она создается, для того, чтобы быть объектом взгляда (и восхищения). Ремесло же имеет утилитарные функции, оно служит для

---

<sup>276</sup> Aufderheide P. Documentary film: A very short introduction. Oxford University Press, 2007.

удовлетворения интересов и потребностей за пределами самого себя: например, созданная печатная машинка должна печатать<sup>277</sup>. Выставка, на наш взгляд, как «идеальный тип» музейного продукта, создается для целей использования за пределами ее самой. Если у нее нет посетителей, и если никто из других музеев не хочет ее экспонировать, - это неудачная выставка.

В итоге, выставка как модель предполагает не изоморфизм некоторой реальности (традиционной культуры), а скорее творческую инсценировку с опорой на документальные источники, настоящие предметы и проверенные факты. При этом в отличие от экспозиция такая инсценировка является свободной, экспериментальной (не в смысле эксперимента естественных наук, а в смысле более свободной от конвенций). В то же время любая выставка в музее выполняет утилитарную функцию и используется для образовательной, развлекательной, познавательной и иных деятельностей.

### 3.4.2. Анализ содержания выставок

Теперь перейдем к анализу содержания буклетов и выставок. Буклеты представляют собой бумажные носители, обычно величиной в половину стандартного листа А4, состоящие из нескольких страниц и содержащими тексты и изображения, связанные с выставкой или представленной на ней темой. Буклеты обычно раздаются в процессе посещения выставок и представляют собой, наряду с текстами на выставке (этикетками, текстами на экранах), способ надления посетителя контекстами вещей и изображений, представленных на выставках. Однако не стоит недооценивать буклет. Как отмечает один из информантов: «Небольшой текстик <буклета> – это своего рода высший класс, в нем нужно сконцентрировать модель – для этого требуется больше мастерства, чем для солидного текста, где ты последовательно, шаг за шагом, излагаешь материал» (Информант 12). Кроме того, поскольку над выставкой трудятся сразу несколько научных сотрудников (о чем мы уже говорили во второй главе), то текст буклета часто составляется коллективно, то есть каждый привносят туда свою долю, а потом куратор выставки редактирует весь текст<sup>278</sup>. Таким образом, буклет это одновременно сопровождение выставки, но в то же время квинтэссенция ее смысла, способ передачи основного авторского послания, результат работы многих сотрудников, мемориальный сувенир для посетителей. В не меньшей степени буклет может быть интересен для социологов,

---

<sup>277</sup> Becker H. Arts and crafts // American Journal of Sociology. 1978. Vol. 84. No 4. P. 862-889.

<sup>278</sup> Иногда у буклета есть отдельный автор, которым не обязательно является куратор. Кроме того, в буклете также присутствуют фотографии, верстка, разного рода изображения и цвета, которыми занимаются специальные люди.

которые пытаются через его содержание и использование посмотреть на то, какие отношения он в себя включает.

В социологической литературе было создано уже немало теорий, анализирующих репрезентации. Сначала мы воспользуемся наиболее простым: попробуем использовать для анализа содержания буклетов выставок РЭМ программу лингвистической статистики World Cloud. Эта программа анализирует частоту употребления слов в определенном тексте, а затем визуализирует эту частоту в виде схемы. Для анализа мы взяли восемь буклетов выставок, которые экспонировались в музее в течение последних 4 лет и делались самим музейщиками. Мы выписали лексику из буклетов и загрузили ее в специальную программу Worldly (см. *схема 3.2., приложение 2*).

Соответственно, более крупный размер слов говорит о том, что они употребляются чаще, чем те, которые визуализированы как более мелкие. Данная схема демонстрирует состав репрезентации, которые дают буклеты, правда, только текстовой части. Кроме того, эта визуализация дает возможность понять наиболее часто артикулируемые контексты и взаимосвязи.

Итак, во-первых, мы видим, что частота употребления словосочетания РЭМ (или Российский этнографический музей) показывает, что буклеты не направлены на «реализм» в отображении тех или иных тем, проще говоря, они включают РЭМ как познающего (собирающего, изучающего, хранящего) субъекта и делают его важной частью репрезентации. Репрезентируются не просто народы (или этносы), а народы, как их изучает РЭМ. Буклет как форма сам ориентирован не только на представление темы, но и на представление музея (инф. 25). Во-вторых, выделяется само слово «народы»; заметим, что его больше, чем понятия этносов или традиций. Как отмечает в этнографической энциклопедии В. Козлов, народы – понятие более общее и более знакомое (среднему посетителю), чем этносы, которое является более специфическим понятием<sup>279</sup>. Видимо, поэтому оно используется чаще. В-третьих, отметим слова «Кавказ», «Сибирь», «Средняя Азия», а также меньшей частотности – «Восточная Европа». Эти понятия отражают регионы, на которые еще с самого основания музея в 1902 году была поделена Российская империя. В музее, как было уже сказано, существуют отделы с одноименными названиями («Отдел этнографии Сибири и Дальнего Востока», «Отдел этнографии Средней Азии, Кавказа и Казахстана»). Географический принцип коллекционирования, хранения и выставления является основополагающим в музее, отсюда и постоянное появление этих категорий в буклетах. Не стоит, однако, игнорировать и более специфические регионы, которые также упоминаются: Финляндия, Эстония, Крым,

---

<sup>279</sup> Народ // Свод этнографических понятий и терминов. Под общ. Ред. Ю. В. Бромлея. М., 1995.

Белоруссия и т.д., но их гораздо меньше и они появляются чаще всего в буклетах, посвященных данной региональной теме. В-четвертых, важно отметить отсылку к Российской империи (чаще всего с прилагательным «бывшая») и Евразии. Причем понятие Евразии в данных буклетах включает в себя территорию Российской империи и окружающих ее народов, и исключает, например, Китай, Индию и Западную Европу. В одном из буклетов, посвященных деревообрабатывающим инструментам, авторы даже подчеркивают культурные и этнические границы: «Некоторые же <инструменты>, например, рубанки и пилы появились у народов Евразии в XVIII – первой половине XIX века и были заимствованы из Западной Европы»<sup>280</sup>, тем самым оставаясь в воображаемых границах, заданных основателями музея еще в начале XX века. В-пятых, привлекает внимание акцент на экспонатах, это схоже с тем, что мы говорили в первом пункте: авторы выставки стремятся показать не реализм выставки, а одновременно то, с помощью чего и как она была сделана. В-шестых, можно отметить важность понятия традиционной культуры, которая также встречается довольно часто, это понятие более общее, нежели этническая культура (которое относится к конкретному этносу) и отсылает как бы ко всему состоянию «традиционности», присущей разным народам в конце XIX – начале XX века. В-седьмых, интересно также отметить объекты, которые включает традиционная культура: они имеют широкий охват, от нематериального (символика, мировоззрение, духовная культура), до материальных конкретных вещей (юбки, топор, инструменты). Этот охват можно было бы назвать *репертуаром репрезентации* традиционной культуры в Российском этнографическом музее. Это понятие здесь схоже с понятием репертуара, который использует американский социолог Э. Свидлер в своих работах. Она пишет, что мы можем понимать культуру как «репертуар... набор навыков, который некто изучает более-менее полно и актуализирует с большим или меньшим успехом»<sup>281</sup>. Так и в отношении репрезентации традиционной культуры в буклете или на выставке куратор имеет определенный набор способов репрезентации, через которые он и выражает взгляд на данную культуру. Некоторые особенности репертуара репрезентации мы уже выделили в предыдущих пунктах. Однако, конечно, этого анализа было бы недостаточно. Здесь требуется схема, с помощью которой можно было бы не просто выделить те или иные особенности, но и рассмотреть отношения между теми сущностями, которые порождает репрезентации, а также выявить эпистемологические основания того, кто репрезентирует.

Для данного анализа буклетов мы используем схему, предложенную британскими социологами Дж. Ло и К. Хезерингтоном в статье «Аллегория и вмешательство: репрезентация в социологии». Они предлагают анализировать репрезентацию с точки зрения того, какие

---

<sup>280</sup> Буклет «Топор всему голова».

<sup>281</sup> Swidler A. Talk of love: How culture matters. University of Chicago Press, 2013. P. 25.

«сущности» она создает, то есть какие элементы задействует, в каких пространствах, временах, и какие отношения между ними выстраивает. Они также утверждают, что автор любой репрезентации опирается на определенные онтологические и эпистемологические допущения (assumptions). Последние могут быть незаметны при чтении, но которые создают возможность для сосуществования репрезентируемых сущностей и выстраивания отношений между ними<sup>282</sup>. В онтологических допущениях они выделяют пять основных элементов: это характер выделяемых объектов (материальные, нематериальные, социальные, культурные, эмоциональные и т.д.), пространственные формы (эвклидово пространство, сетевое пространство<sup>283</sup>, субатомное и т.д.), временные формы (какие времена представлены, время линейное, циклическое, с разрывами и проч.), выделяемые объекты, и, наконец, отношения между ними (иерархия, реципрокность и т.п.). При действенности этой схемы ее недостатком является то, что авторы не дают окончательный список всех возможных вариантов по каждому из допущений, что предполагает слишком большую открытость для интерпретации той или иной репрезентации. Среди эпистемологических допущений авторы выделяют следующие: 1) модальности знания (как некто знает? Текстуально, визуально? Как знание передается от одного к другому?); 2) субъект знания (Кто или что знает? Только люди, или животные, общества, машины?); 3) пространственности (Где происходит знание?); 4) гомогенности (Есть ли в знании напряжение? Оно делится на телесное, рациональное, мистическое, вербальное); 5) экологии экономик (знающий отделен от познаваемого? Полностью? Частично? Познаваемое пассивно? Это объект? Или это диалог?); 5) темпоральности (мир, объект, существует до знающего субъекта? Или он снаружи времени?)<sup>284</sup>.

Далее мы дадим таблицу, в которой суммируем основные аспекты этого анализа со своими комментариями (*таблица 3.3*).

В общем и целом представленная схема схожа с тем, что Ло и Хезерингтон характеризуют как «Евро-американский набор онтологических и эпистемологических допущений»<sup>285</sup>. Они говорят о том, что для него характерен акцент на когнитивном и текстуальном как основе знания. Основные познающие – это люди, знание сфокусировано в определенной точке, знание может быть интегрировано, оно аналогично себе, познающий отделен от познаваемого и мир существует до познающего субъекта. Эти допущения предполагают, что мир наполнен материальными объектами, некоторые из которых

---

<sup>282</sup> Law J., Hetherington K. Allegory and interference: representation in sociology // URL: <http://www.lancs.ac.uk/fass/sociology/research/publications/papers/law-hetherington-allegory-interference.pdf> (Дата посещения: 16. 11. 2015 г). P. 2.

<sup>283</sup> О разного рода пространствах смотрите другую статью Джона Ло «Объекты и пространства»: Ло Д. Объекты и пространства // Социологическое обозрение. 2006. Т. 5. №. 1. P. 31 – 43.

<sup>284</sup> Ibid. P. 3-4.

<sup>285</sup> Ibid.



социальны, пространства топологически аналогичные, есть одно (линейное) время, некоторые параметры одних объектов важнее, чем других. Все это мы можем наблюдать и при анализе буклетов, правда со своей этнографической спецификой: помимо текстуального и когнитивного важны вещи (экспонаты). В то же время вещи не обладают важностью или действием сами по себе, они выступают, скорее, как этнические маркеры или инструменты. Вещи «привязаны» к народам и выражают их «этнический характер». Несмотря на различия в «этническом портрете», народы имеют определенные универсалии (традиционная культура) на протяжении евразийского континента, такие как инструменты, одежда, некоторые ритуалы и обряды. Этнографы собирают информацию об этих универсалиях и этнических особенностях, чтобы ознакомить и просветить «потомков» о традиционной культуре. В результате именно музей выступает как «точка», где сфокусировано знание, в виде исследования и экспонирования выставок. Заметим, что в буклетах только музей (или его помощники и коллеги) изображаются как действующие и собирающие: нарратив построен таким образом, что история исследования определенного народа сходится на музее, а затем снова исходит из него на выставку.

### **3.5. Трансляция выставки в новые контексты**

#### **3.5.1. Практики использования выставок РЭМ**

В предыдущих параграфах мы проанализировали выставочную секвенцию, выявили и описали основные элементы выставки и их изменения в выставочной деятельности и дали характеристику формату репрезентации и содержанию выставок. В этом параграфе мы хотим перейти от создания выставки к ее использованию в других практиках и в коммуникации с другими социальными мирами. Мы хотим показать, в какие различные отношения вступает выставка.

Мы можем говорить о том, что выставка – это специфический культурный объект, созданный в музее. Выставка – это модель определенной реальности, созданная музейными сотрудниками. Конечно, при создании выставок (как и любых других культурных объектов) музейными сотрудниками уже закладываются в нее определенные цели. Например, часто предполагается, что выставка будет использована в экскурсионной деятельности. Однако анализ интервью и эмпирических данных показал, что экскурсии – это лишь малая часть тех практик, в которых задействована выставка. Несмотря на внутреннее разнообразие, мы

попробуем рассмотреть участие выставки в этих практика через четыре основных точки зрения: 1) Какая интерпретация выставки со стороны разных участвующих групп; 2) Как они использует выставку (какую роль она выполняет); 3) Какие аспекты выставки являются самыми важными для этих групп; 4) Что это, собственно за группы.

В данном параграфе мы попробуем описать эти практики, а затем подвести краткий итог.

**Выставка в экскурсиях.** Поскольку, как мы уже говорили, в музее существуют различные социальные миры со своими особыми знаниями, практиками, идентичностями, то выставка будет по-разному восприниматься и использоваться ими. Предыдущие параграфы мы посвятили тому, как воспринимаются выставки научными сотрудниками и дирекцией, теперь перейдем к тому социальному миру, который можно назвать образовательным социальным миром музея. В него входят музейные отделы и индивиды (не обязательно работающие в этих отделах), которые занимаются организацией и ведением экскурсий, детских занятий, стажировок, и иных образовательных и развлекательных программ. В РЭМ этим занимается по большей части научно-просветительский отдел, который делится соответственно на четыре сектора: сектор экскурсий, сектор детских программ и педагогики, сектор организации и приема посетителей и сектор образовательных программ. Нас будут интересовать экскурсии. Экскурсии водятся специальным сектором – экскурсионным, согласно установленному плану и записи посетителей (инф. 17). Однако очень любопытно то, как сами экскурсоводы воспринимают выставку. Как отмечает один из респондентов, экскурсовод: «Временная выставка обычно имеет другое тематическое планирование - свое, и чаще всего она показывает разные регионы, объединенные одним каким-то, одной темой, каким-то одним объектом в культуре, одним образом, в декоративно-прикладном искусстве, одним материалом по использованию. Вот есть выставка, посвященная работе с деревом, охватывает все регионы, где работают с деревом и т.д.» (инф. 17). Выставка для экскурсоводов – это одна мысль, одна идея, проиллюстрированная множеством экспонатов. Такое видение приходит в противоречие с видением научных сотрудников, для которых вещь часто помещается во множество контекстов и предполагает разные прочтения. Это также отмечает один из информантов, употребляя выражение «надставление смыслов»: «Есть все равно определенное надставление смыслов. Это вообще беда этнографического и не только этнографического музея, когда на вещь насаждаются те значения, которые она никогда не имела – очень этим грешат научные сотрудники региональных отделов. Берется вещь – она обычная вещь и ничего больше, и вдруг выясняется, что вот, а ее можно рассматривать под таким углом, под таким углом и если ее рассматривать в рамках погребального цикла, то эта деталь этой вещи д. б. означать вот это и вот это. А если рассматривать как космогонический

маркер верха или низа, то другая деталь должна быть такой и такой, и надстраиваются, надстраиваются, как снежный ком нарастают – смыслы, которых изначально в этой вещи не было» (инф. 18). Выставка длительностью от 45 минут до часа просто физически не может включить разные контексты, поэтому экскурсоводы занимаются «очищением» экспонатов от разных смыслов и приведением их к определенным ограниченным контекстам, успешность такого очищения – показать квалификации экскурсовода. «Такое вот освобождение от шелухи, от лишних значений, это определенная профессиональная квалификация человека, - не хватать сразу всю информацию, какая откуда взялась, а попытаться от нее отчищать то, что не является в данном случае необходимым» (инф. 18). Такое очищение – процесс индивидуальный, поскольку каждая выставка всегда имеет свою собственную идею, типичных выставок не бывает (инф. 17). Идея выставки на экспозиции заключается в том, чтобы раскрыть определенную тему и рассказать о конкретной реальности и здесь экспонаты являются иллюстрациями к рассказу о реальной жизни, «о том, что реально происходило и происходит сейчас и мы это подтверждаем реальными вещами, которые стоят в витринах» (инф. 18). В общем, для экскурсоводов выставка – это объединенные общей идеей реальные вещи, которые используются для рассказа о конкретных исторических реальностях традиционной культуры, и чем «реальнее», яснее, понятнее контексты вещей, тем лучше.

Выставка используется как иллюстративный пример, особого рода якорь реальности, с помощью которого можно обратиться к ряду связанных с ним тем. Информант отмечает, что любая выставка – это импровизация, в ходе которой экскурсовод обращается к тем или иным темам, связывает вещи и контексты. «В какой-то момент ты хочешь взять эту вещь, но не хочешь брать другую, тебе это скучно, не интересно и не нужно или твой речевой поток строится так, что сюжет берет определенные предметы, а какие-то отменяет» (инф. 18). В то же время основная цель – раскрыть тему как целое – остается. На выставке для экскурсовода главное – выстроить смысловые отношения между различными предметами и, собственно, рассказать об этих предметах. Экскурсия строится как комментарий к объекту, причем этот комментарий располагается в рамках этнографических категорий, характерных, в общем, для музея: это изготовление, бытование, использование, материал, техника, символическое значение, связь с гендерной или возрастной дифференциацией культуры. Самый важный аспект выставки – это сочетание смыслов, которые производит экскурсовод с находящимися перед посетителями экспонатами, а также основная идея выставки, которую нужно донести и реальность, в которую должны поверить посетители. Посетители и экскурсоводы здесь – основные группы, между которыми завязывается коммуникация, от которой зависит понимание выставки.

**Выставка в образовательно-развлекательной деятельности за пределами экскурсий.** Помимо экскурсий, музей проводит еще ряд видов образовательной и развлекательной деятельности: это различные квесты, загадки и игры для детей, это мастер-классы и школы ремесел, где дети учатся вышивать, валять войлок, писать буквы и т.д. Здесь выставка выступает скорее как совокупность объектов, которые нужно взять как образец для собственной деятельности, или опять же якорь для воображения, позволяющий раскрыть педагогу перед детьми разнообразные темы традиционной культуры. Отдельно нужно отметить работу музея с детьми-инвалидами, для которых в музее устраиваются специальные занятия в рамках арт-терапии.

**Выставка в образовательной деятельности для студентов.** Поскольку, как мы уже говорили в параграфе 2.8, музей сотрудничает с целым набором вузов Санкт-Петербурга, то многие студенты приходят на выставку, чтобы получить представления о тех или иных аспектах вещного мира традиционной культуры. Например, студенты училища им. Штиглица приходят на выставки и зарисовывают вещи (в основном костюмы), их орнамент, покрой и т.д. (инф. 1). Студенты из Университета технологии и дизайна приходят на лекции по выставкам, связанным с профессиональными темами (текстиль, одежда, дизайн и т.д.). Это касается и студентов-этнографов с кафедры этнографии и антропологии исторического факультета СПбГУ. Чаще всего речь идет именно о заданиях, которые преподаватели дают в отношении этих объектов, хотя, вероятно, некоторые студенты приходят и по доброй воле. В общем, выставка этом смысле теряет единство своей идеи, так дорогой экскурсоводам, и скорее распадается на ряд конкретных объектов, которые нужно зарисовать, разделить на составные части, включить в голове в разнообразные контексты и сделать из них возможных репертуар для своей дальнейшей творческой деятельности (или сдачи контрольной работы преподавателю).

**Выставка в научной деятельности.** Как мы уже отмечали, на первом этапе подготовки выставки происходит тщательная научная работа, реализующаяся в концепции выставки. Однако в не меньшей степени происходит и обратное: выставка затем может толкнуть музейного этнографа на новые научные изыскания. Так, один информант отмечал, что работа над выставкой, посвященной головным уборам (из серии «Антропология вещи») привела к концентрации на теме проявления возрастной дифференциации в Средней Азии в головных уборах, что выродилось в научную статью (инф. 12). Также, другой респондент отмечал, что его работа над серией выставок привела к созданию научно-методического пособия (инф. 14). Иногда по следам проведенных выставок пишутся научные статьи, размышляющие над способами их построения, эвристических возможностях, реализованных идеях. Особенно это касается концептуальных выставок. Таким образом, выставка в научной

деятельности служит информационным поводом для разговора об определенной теме, трудностях, проблемах, в то же время она может давать импульс дальнейшему развитию в той или иной теме. Здесь уже основными участвующими группами выступают научные сообщества, по большей части, этнографические, что позволяет использовать выставку как предлог для размышления на научные темы или фокусирования внимания на разных аспектах традиционной культуры.

**Выставка на конференциях.** Схожую, но немного отличную роль выполняет выставка для ненаучных групп, особенно на конференциях. В РЭМ существует тенденция у определенных музейных этнографов популяризовать научные этнографические знания. Это выражается, в том числе в привлечении внимания разных непрофессиональных групп, таких как дизайнеры, врачи, театралы, музыканты, к музейным коллекциям. Так, в музее ежегодно проводятся конференции по теме «Мода и дизайн», где участники конференции посещают выставку из серии «Антропология вещи», и одна из секций посвящена теме этой выставки. На таких конференциях выставка предстает уже не как только образовательный или развлекательный проект и не как модель для научного познания, но как коммуникационный повод, привлекающий внимание к тем или иным аспектам традиционной культуры, например, дизайну, техникам изготовления, орнаменту и т.д. Как отмечает один из информантов, такие выставки пользуются популярностью у непрофессиональной публики, поскольку позволяют им непосредственно рассматривать реальные вещи из традиционной культуры (инф. 14).

**Выставка в СМИ.** Роль выставки в СМИ похожа на роль выставки на конференции, но здесь аудитория более гетерогенна. Если на конференции приходят люди определенного профиля, или, по крайней мере, заинтересованные в определенной теме, но в СМИ выставка выступает скорее просто как информационный повод и как реклама для знакомства с музеем. Мы уже отмечали, что отношения музея со СМИ довольно слабые, не все экспонирующиеся выставки освещаются в прессе, поэтому о них знает не так много людей (инф. 5). В музее проводится не так много скандальных выставок, которые привлекают внимания, и как мы уже говорили, возможности музея для экспонирования современности и затрагивания современных этнических проблем не так велики (инф. 1). В то же время музеи сами пытаются действовать, например, в социальных сетях, рекламируя собственные выставки, что предполагает, что выставка здесь сокращается до картинки и краткого описания, что на ней представлено. В таких условиях выставка теряет и свою научность, и свой образовательный потенциал; она используется скорее для рекламы самого музея.

**Выставка в коммуникациях с этническими и общественными организациями.** Все же, если мы говорим об этнографическом музее, то его выставки в любом случае касаются тем, которые дороги для этнических групп, диаспор, общин. Информанты отмечают разное

отношение этих групп к выставкам музея. Это могут быть высказывания неодобрения в том, что музей показывает старые, некрасивые вещи: так один из представителей казахской диаспоры высказывался о выставках и экспозициях РЭМа (инф. 12). С другой стороны, респонденты отмечают, что в советское время, да и сейчас, посетители (особенно этнически ориентированные) отмечают, что представленные вещи не соответствуют их опыту проживания в своей деревне, или вещам у бабушки в деревне и т.д. (инф. 4). Есть и противоположные мнения, которые благодарят за освещение своего народа на выставках. В любом случае музей в силу своей деятельности выступает как публичное место, которой начинает говорить через выставку об определенной теме, и вынужден так или иначе вступать в коммуникацию с теми, кому тоже есть, что здесь сказать. Часто такая коммуникация прекращается вследствие той риторической работы по проведению границ, которую ведет музей: музейные сотрудники просто отмечают, что их вещи – правильные и честные, поскольку привезены авторитетными собирателями и собраны в конкретных местах, а представления других идеологические (что порой бывает верно). С другой стороны, музей все же отвечает на различные выпады, или же вступает в коммуникацию с разными организациями, как мы уже отмечали. И здесь выставка представляет уже нечто большее, чем модель для познания, образования или информационный повод, – это уже способ политического заявления, и музею необходимо выстраивать, в том числе с помощью выставок, свою коммуникационную стратегию с обществом.

**Выставка в переговорах с другими музеями и государством.** Предыдущий параграф показал, что когда речь заходит об отношениях РЭМ с другими музеями и особенно государством, выставки здесь выступают как ресурс, которые есть у музея, а также предмет переговоров, открывающий возможности для финансирования музея, для экспонирования на новых площадках, для создания научных и деловых связей. Случай выставочного портфолио говорит о том, что речь идет о создании определенного музейного рынка, где существуют свои спрос и предложение, «рынки» сбыта выставок, а также свои популярные и устаревшие товары. Выставка, как бы грубо это не звучало, представлена здесь, в том числе как товар, с помощью которого можно заработать, если не финансовый, то социальный капитал. В отношениях с государством (Министерством культуры) выставка – это также единица плана, выполнив которую, можно также надеяться на финансирование и разнообразные бонусы.

**Выставка в международной коммуникации.** В одной из своих книг американский исследователь музеев Б. Киршенбладт-Гимблетт отмечает, что существование такого понятия как наследие возможно тогда, когда объекты этого наследия (здания, вещи, объекты природы и т.д.) отделены от своего локального контекста и помещены в новые отношения, где существуют музеи, международные организации, государства, понятия культурное наследие и

национальная безопасность<sup>286</sup>. То, что экспонирует РЭМ – это также часть культурного наследия, которое необходимо представлять миру для того, чтобы влиять на политические, культурные и иные факторы. Например, участвуя в коллективной выставке «Хозяева хаоса», которую организовал парижский Музей на набережной Бранли, РЭМ как бы говорит о том, что Россия (через своих представленных шаманов) составляет также некоторое единое символическое пространство с европейскими странами. С одной стороны, у России своя, древняя, традиционная культура (причем очень разнообразная), с другой стороны, Россия является и частью более общей политики ее сохранения, Россия вступает в равные отношения с другими странами. Другой аспект международной деятельности музейных выставок – это важность культурной составляющей для отношений между странами. Поэтому в РЭМе иногда можно увидеть небольшую толпу людей, которая кружится вокруг важного политического лица, или указать на то, что выставку может курировать и открывать министр иностранных дел (инф. 6). Или сказать о том, что музей представляет для государства важное средство в символическом опосредовании межгосударственных отношений (инф. 13). Но выставки, при том, что она будет делаться со всем интересом, будет представлять все же лишь еще одно измерение внутри межгосударственных отношений.

**Выставка в учетной и контролирующей деятельности музея.** Наконец, закончим описание участия выставок в разных отношениях возвращением к внутреннему выставочному контексту. Для дирекции и учетных отделов выставка – это, в том, числе важный пункт для выстраивания отношений с государством. Выставка – это список документов, которые нужно послать в Министерство культуры, или выставка – это столбцы в выставочном плане, который отправляется туда же. Выставка – это отчет о проведенной работе и количество часов, на нее потраченных. Это, наконец, архивный документ. Не стоит преуменьшать роль такого измерения выставки, поскольку учетный и контролирующий отдел занимает важную часть работы музея. Он имеет свой особый взгляд на выставку. Там, где научные сотрудники видят возможность собственной реализации, экскурсоводы – инфраструктуру для образования и развлечения, музейные менеджеры – предмет переговоров и торговли, этнические организации – коммуникационный повод, бюрократические отделы видят единицу действия музея, которая должна быть встроена в общую арифметику музейной деятельности и скоординирована с другими единицами.

---

<sup>286</sup> Kirshenblatt-Gimblett, Barbara World Heritage and Cultural Economics // Ivan Karp, Corinne A. Kratz, Lynn Szwaja and Tomas Ybarra-Frausto (eds) *Museum Frictions: Public Cultures, Global Transformations*. Durham, NC: Duke University Press. 2006. P. 161 – 204.

### 3.5.2. Выставка за пределами музея: выездные выставки РЭМ и их особенности

Для того чтобы понять, как меняется выставка при переходе в новые контексты, обратимся к кейсам выездных выставок в РЭМ. Как отмечает один из информантов (инф. 25), в 1990-е годы у большинства российских (провинциальных) музеев не было возможностей (материальных, финансовых) для экспонирования у себя коллекций крупных музеев. До сих пор привоз выставки из крупного столичного музея возможен благодаря финансированию из карманов самих научных сотрудников или государства (инф. 13). И здесь дело не просто в отсутствии денег, но и необходимой для экспонирования инфраструктуры. Государство в лице Министерства культуры старается создать эту инфраструктуру, финансируя некоторые выставки по ряду своих программ, часто преследуя свои политические и идеологические цели. Во время Спартакиады в Казани в 2013 году музей представлял выставку «Национальные виды спорта», которую сотрудники делали вместе с музеем Казанского Кремля, и которую финансировало государство (инф. 9). В 2013 году в г. Грозный в недавно созданном национальном музее Чечни РЭМ делал выставку «Мужчина-воин-охотник» по своему старому проекту, которая также спонсировалась государством. При этом каждый из трех сторон проекта (государство, РЭМ и музей Чечни) реализовывали свои собственные цели (инф. 13). В отсутствие финансирования со стороны государства принимающий музей старается найти спонсоров, готовых оплатить выставку. Часто в такие музеи едут выставки, которые уже экспонировались внутри РЭМ, и потому их легко собрать снова и перевезти, тем более они уже получили определенную известность (инф. 15). Часто подобные обмены выставками происходят из-за связей, которые появляются у директора музея, его замов и руководителей профильных отделов (внешних связей и выставочного). Как отмечала один информант, очень многое зависит от личных отношений – это касается и финансов, и выставок, «нас просят директора (музеев), которым мы не можем отказать» (дневник наблюдения, 9. 09. 2014). Другой информант говорит об определенной «тусовке» (тех же лиц), в которой происходят переговоры о возможностях экспонирования, финансирования, других вопросах (инф. 25). Сам по себе факт экспонирования выставки – это уже проложенная «тропинка», по которой может происходить процесс дальнейшего обмена между музеями. Этот обмен происходит не только на уровне дирекции (хотя она его часто инициирует), но и на уровне научных сотрудников. «Цель <русской выставочной деятельности>, - отмечает один респондент, – заново создается сеть связей музейных работников, во многих музеях сменился штат, руководители сменились уж точно, и поэтому имеет смысл сейчас серьезно вести работу по нахождению коллег, да, и по обмену мыслями по поводу того что есть у нас, есть у них» (инф. 13).



Происходит удовлетворение взаимного интереса в научных работах, имеющихся коллекциях, финансовых возможностях и т.д.

Таким образом, когда выставка выходит за рамки музея и путешествует по России, ее движение предполагает переговоры и включение интересов, личных отношений и ресурсов большого количества акторов: куратора выставки, руководителя выставочного отдела, дирекции РЭМ, сотрудников и администрации принимающего музея, Министерства культуры, научных сотрудников и т.д. Выставка становится не просто моделью для демонстрации определенной темы традиционной культуры, но пограничным объектом между разными акторами, по поводу которого они вступают в переговоры и альянсы.

В отношении зарубежных выставок большую роль начинает играть государство, и зарубежные музеи готовы принимать у себя только определенные выставки. Первый пункт связан с тем, что государство контролирует любое действие, связанное с зарубежной выставкой, начиная с документов, предписывающих право музейщикам брать вещи из фондов. В итоге РЭМ готовит целую стопку бумаг: протокол Ученого совета, экспертные заключения, фотографии, списки на экспонаты, видимо, концепцию выставки и т.д., которую отправляет в Москву в Министерство культуры, Департамент музеев. Обязательным документом является государственная гарантия принимающей страны о судебном иммунитете, о чем мы говорили в параграфе 2.3: без этой бумаги музей просто не может повезти выставку в другую страну. Помимо этого, именно государство выделяет финансирование на ту или иную выставку, поэтому оно может активно вмешиваться в то, какие выставки будут экспонироваться. В то же время нельзя говорить об абсолютной власти государства: как отмечает один из информантов, музей часто выступает с инициативами в проведении той или иной зарубежной выставки, которую поддерживает государство (инф. 25). Часто эти инициативы связаны с программами государства. Многие из них существуют в рамках «годов культуры», когда между Россией и другими странами интенсифицируется обмен культурными продуктами и событиями. Например, 2014 год – это год культуры Великобритании и Северной Ирландии, поэтому РЭМ совместно с Большим Театром<sup>287</sup> проводит выставку традиционного русского костюма в быту и на сцене в г. Белфаст. Подобные же года культуры открыли музею Китай (инф. 25). Помимо подобных «культурно-годовых» выставок, РЭМ также имеет связи с рядом музеев в Европе и Азии и участвует в общих проектах. Как отмечает один из информантов из отдела внешних связей (который отвечает соответственно за проведение зарубежных выставок), все началось в 1990-е годы, когда после падения советского строя множество стран заинтересовалось российской культурой (инф. 25). Первые проекты музея в 1990-х годах были связаны с

---

<sup>287</sup> Изначально инициатива принадлежала Большому театру.

еврейской культурой, поскольку музей обладал богатыми коллекциями по быту ашкеназов (евреев Восточной Европы), и поскольку еврейские музеи стали активно развиваться в Европе и Америке. Эта активность привела в 1993 году к отпочкованию отдела внешних связей от выставочного отдела (который был создан в музее в начале-середине 1980х гг.), и 1990-е годы были весьма плодотворны для музея в выставлении за рубежом. Были завязаны контакты с другими странами и отдельными музеями: например, в Италии с музеем этнологии Валенсии (Museo Valencia de Etnologia). Здесь был проведен общий проект «Две Иберии», показана выставка про Великий шелковый путь, экспонировалась выставка про шаманов (инф. 13). Среди других музеев, с которыми сотрудничал музей в Европе, – это недавно открывшийся Музей на набережной Бранли (Le musée du quai Branly) в Париже, который показывал большой проект «Хозяева хаоса», где участвовали шаманские экспонаты из отдела Этнографии Сибири и Дальнего Востока. Выставка про шаманов, довольно популярная в Европе, также экспонировалась в Бонне в Германии, ряд выставок прошел вместе с Лейденским музеем в Голландии, где в начале XX века собирались сибирские коллекции наряду с РЭМом (порой теми же корреспондентами (инф. 25)). Прошедшая в музее выставка из серии «Антропология культуры» про пояса была показана в Румынии; европейская география выставок охватывает также Эстонию, Белоруссию, Италию, Австрию и т.д. Как отмечают информанты, европейские страны ориентированы в основном на две выставки: это выставки шаманов – своеобразная сибирская экзотика, с уникальной системой верований, ритуалов и обрядов, значительно отличающихся от культуры других народов бывшей Российской империи; и это красивые русские (славянские) традиционные вещи, в основном, костюмы. Респонденты иронично говорят про то, что там выставляются парча и кокошники (инф. 15; инф. 5). Азиатский выставочный репертуар несколько отличается от европейского: юго-восточные страны (Китай, Япония, Вьетнам, Бутан, Корея) приветствуют буддистские выставки (здесь проходили выставки, посвященные танка, буддийским иконам), выставки шаманов. Проводились выставки, связанные с культурой айнов – народа, проживающего в Японии, на Сахалине, Курильских островах (инф. 5).

При экспонировании за рубежом музей опирается на государство, и не только напрямую на департамент музеев, но и на другие органы Министерства культуры, например, на Россотрудничество (Федеральное агентство по делам Содружества Независимых Государств, соотечественников, проживающих за рубежом, и по международному гуманитарному сотрудничеству). Последнее, имея выходы на Министерство иностранных дел, позволяет использовать его ресурсы для выставок: например, выставка, посвященная буддийским танка, состояла из фотокопий, которые изготавливались при консульствах

принимающих стран (инф. 25). Россотрудничество занимается транспортировкой и некоторых других выставок, например, «Многонациональный Петербург» (инф. 5).

С фотовыставками ситуация обстоит легче, поскольку РЭМ вывозит не оригиналы, а факсимильные копии. Поэтому здесь открыты и США (где постоянно проходят фотовыставки), и другие страны (например, Израиль) (инф. 19).

Выбор тех или иных выставок зарубежными музеями связан, как отмечается, в большей мере с тем, будет ли тема популярна у публики, поскольку этим музеям также необходимо отрабатывать затраченные на выставку деньги (особенно на ее транспортировку, что «съедает» львиную долю затрат (инф. 25)). Если в случае с Россией, музеи не рассчитывают особенно на приход публики и зарабатывание денег (по крайней мере, в провинции), то для зарубежных выставок вопрос окупаемости важный. Поэтому делается выбор в сторону экзотичных шаманов и эстетически привлекательных русских традиционных костюмов.

Договоренность между музеями происходит все в той же «тусовке», о которой мы говорили в случае с российскими музеями, только теперь эта тусовка международная, которая постепенно формирует пул на конференциях, собраниях, заседаниях, встречах, торжественных открытиях и т.д. В основном в ней участвуют специальные люди от музея: директор, некоторые его заместители, заведующие профильными отделами, большую роль играют и научные сотрудники, имеющую репутацию в научных и иных кругах (инф. 25, инф. 6). Отношения, которые завязываются между этими людьми, также могут в дальнейшем определять возможности научного, выставочного, иного обмена между музеями. РЭМ также имеет собственное портфолио выставок, которое выступает как репертуар выставок, которые музей может предложить. Однако существующее портфолио было создано в 1990-е годы и с тех пор многое поменялось, поэтому означенные там выставки не соответствуют тем, которые действительно «заказываются» зарубежными музеями (инф. 25).

В итоге, зарубежные выставки – явления более редкие, и зависимые от большого количества факторов: от презентация РЭМа в мир, от переговоров, от мнения принимающего музея, будет ли выставка интересна публике, от финансирования государства, от специальных программ, от помощи Россотрудничества и даже международных музейных организаций (инф. 25). В плане содержания, как отмечают информанты, зарубежные выставка – это всегда по большей части обобщения определенных тем (инф. 14), и это ориентация на публику, поэтому здесь есть стремление показывать красивые вещи (инф. 15).

Чтобы подвести итог, хотелось бы опять вернуться к понятию пограничного объекта, который был введен в социологию С. Стар. Выставка как ничто другое показывает, насколько эластичными могут быть физические и смысловые границы: оставаясь все такой же совокупностью экспонатов, оборудования, текстов, знаний, выставка меняет свою

интерпретацию и свое использование, переходя от одного контекста взаимодействий к другому: у нее существуют множество измерений, в которые она погружается. И при этом чудесным образом она сохраняет фиксированность своих внутренних отношений. Однако речь идет о том, что выставка не просто объект, который перетаскивают из одних отношений в другие, выставка сама по себе перформативный объект, связывающие самые разные социальные миры воедино. Речь не об одной выставке, а в целом о выставочной деятельности, которая определяется, с одной стороны, социальными отношениями по ее производству и продвижению, и, с другой стороны, определяет эти отношения, позволяя разным социальным мирам находить новые способы коммуникации.

### 3.6. Сравнение выставочной деятельности в РЭМ и других музеях

Выставочную деятельность мы будем сравнивать на уровне музея как института. В качестве пунктов, на основе анализа интервью и данных наблюдения, мы взяли следующие:

1. выставочные проекты с зарубежными музеями;
2. выставочные проекты с российскими музеями;
3. партнеры (индивиды и институты, помогающие делать выставки, от спонсоров до коллег);
4. аудитории (на кого ориентируется выставка);
5. выставочная идеология (какие реализуемые в политике идеи лежат в основании выставочной деятельности);
6. основные музейные акторы, влияющие на выставочную деятельность;
7. сопутствующие мероприятия (какие события опосредуют открытие и продвижение выставки);
8. идейные источники и типологии (откуда появляются идеи выставок и какие типы выставок существуют);

В качестве объектов сравнения мы взяли четыре крупных федеральных музея Санкт-Петербурга разного профиля: Музей политической истории, Музей Антропологии и этнографии (Кунсткамера), Центральный военно-морской музей, Государственный музей истории религии. В этих музеях мы провели интервью, которые фокусировались на выставочной политике музеев. Несмотря на то, что наполнение каждого из пунктов в интервью было неравномерным, некоторые общие данные мы можем получить. **Таблица 3.3. (приложение 2)** представит анализ полученных данных.

Таблица 3.3. дает понять, что выставочная деятельность музея зависит от целого ряда условий: инфраструктуры, акторов, возможностей, финансирования, музейной идеологии. В отношении работы с зарубежными музеями, то к ней стремятся все музеи, однако сегодня крупные федеральные российские музеи, как отмечается, не пользуются большой популярностью за границей в отличие от 1990-х гг., когда открывшийся железный занавес

вызвал спрос на русские коллекции за рубежом. Ряд музеев, как например РЭМ, смог в этот период построить прочные партнерские связи с целым рядом зарубежных музеев. Другие, в ходе постоянных пертурбаций с администрацией и зданием, как например, ГМИР, не смогли этого сделать и пытаются наладить контакты только в настоящий период.

Как отмечают информанты, в начале 2010-х гг. благодаря действию государства вектор музейного сотрудничества повернулся к российским провинциальным музеям: так, у большинства представленных музеев есть общие проекты с ними (инф. 24). Однако многие отмечают недостаточность инфраструктуры или отсутствие у провинциальных музеев притягательности. «В регионах инфраструктура сейчас очень хорошая, но мы не заинтересованы работать как магазин, давать знаковые экспонаты и вешать табличку «Кунсткамера», мы заинтересованы проводить содержательные творческие выставки, для этого нужны не только площадка, но и партнеры» (инф. 24). Партнерские отношения формируются из личных договоренностей, так происходит во всех музеях, а договоренности рождаются из знакомств и совместных «тусовок» на конференциях и встречах.

Набор партнеров во многом выступает отличительной чертой музеев. РЭМ много работает с государственными органами, в т.ч. с МИДом и Россотрудничеством, Санкт-петербургским домом национальностей. При этом РЭМ не работает с частными организациями и бизнесменами. РЭМ мало работает с ИСОМ, но зато участвует в событиях культурной организации «Славянского форума». Про Славянский форум не упоминал больше никто из информантов других музеев; свою близость к ИСОМ выражали МАЭ, ГМИР и Центральный военно-морской музей. В партнерстве присутствует своеобразие музеев: религиозные организации работают с ГМИР, этнические группы (по большей части зарубежные) работают с МАЭ (и с РЭМ, надо подчеркнуть). Центральный военно-морской музей, как и МАЭ, делает несколько неожиданную ставку на работу с художественными партнерами: театрами, субкультурами, художниками, дизайнерами.

Среди аудитории музеев можно выделить «стандартную» составляющую: детей, школьников, студентов. Она присутствует у всех. В остальном есть вариации: РЭМ, помимо этого, мало ориентируется на определенную аудиторию, исключение составляют дизайнеры одежды и модельеры, на которых ориентированы некоторые выставочные проекты (например, «Антропология вещи»). Музей политической истории также направлен на стандартную аудиторию, однако в связи с открытием новой экспозиции «Человек и власть в XX веке» он стремительно прибавил себе туристической аудитории (инф. 22). МАЭ ориентируется на туристов (которые составляющую большую часть посетителей), и на молодежь, в том числе через виртуализацию выставок на сайте и использование медийных технологий на самих выставках. Центральный военно-морской музей стремится к наиболее широкому охвату

аудитории (инф. 24). Наконец, ГМИР ориентируется на среднего интеллигентного жителя Петербурга, заинтересованного в религиозной тематике (инф. 27).

Выставочная идеология также важна как фактор, определяющий выставочную деятельность. Она связана как со спецификой музея, так и с отдельными наделенными ресурсами акторами. Так, РЭМ на выставках продвигает идею пропаганды толерантного отношения ко всем 180 народам бывшей Российской империи и ориентируется в основном на патерналистскую модель: «мы Вас (детей, школьников, студентов и т.д.) просветим и научим, как правильно». Музей политической истории исходит из либеральной идеологии пропаганды ценностей гражданского общества, и преследует двойственную цель: просвещение и эмоциональной воздействие. «Мы вчера встречались, художник еще думает, цель должна быть образовательная, но должно быть эмоциональное воздействие сильное, чтобы вот – вышел человек с нее и как бы потрясен был, во всяком случае, задет за живое, что вот это вот – эти события не просто так когда-то давно, они были здесь, они оставили глубокий след, до сих пор влияют» (инф. 22). МАЭ (точнее один из важнейших акторов в нем – заместитель директора по музею) руководствуется идеей важности личного (сотрудника, экскурсовода, посетителя) на выставке в плане объекта и фактора, диалога между разными людьми, упор на интересные выставочные проекты. Информант из Центрального военно-морского музея, ведущий методист, отмечал, что поскольку музей еще «юный», в плане выставок стоит цель максимального охвата аудитории, использования богатого потенциала нового здания музея для проведения как можно большего числа культурных событий и формирования музея как бренда города. Наконец, информант из администрации ГМИР подчеркивала двойственную цель выполнения планов Министерства культуры в купе с удовлетворением собственных научных интересов и интересов музея.

В плане последних двух пунктов сравнения мы видим схожую картину по всем музеям: главными акторами выставочной деятельности здесь являются администрация музея (и отдельные позиции в ней) и статусные научные сотрудники (кураторы и фондовики). Что касается типов выставок, то все музеи, во-первых, делают выставки под юбилейные даты (которые разнятся у музеев), во-вторых, делают собственные концептуальные выставки, опираясь на интересы научных сотрудников, но в рамках музея.

В целом, можно отметить, что выставочная деятельность в РЭМ, с одной стороны, схожа с тем, что мы можем наблюдать в других крупных федеральных музеях в Санкт-Петербурге. Это касается основной аудитории, ориентации на российские музеи, главных акторов выставочной деятельности, типологий и этапов выставок. С другой стороны, РЭМ отличается своими партнерами, своей выставочной идеологией, своей отличительной аудиторией, особенностями своего размещения и налаженными контактами с зарубежными

музеями. С чем связано такое различие? На наш взгляд, с теми элементами активного контекста, конвенциями, знаниями и процедурами, о которых мы говорили в рамках данной главы. Они переплетаются, создавая общую выставочную политику музея. Важную роль здесь играют ключевые акторы: администрация, главы функциональных отделов и статусные научные сотрудники, отвечающие за принятие решений. Поскольку музей носит исторически-этнографический профиль, и ориентирован на продвижение воображаемого единого «евразийского мира» имперской России, он вызывает закономерный интерес у ряда государственных органов, которые стремятся к конструированию собственных культурных сущностей: международных отношений, древности и традиций народов, собственного культурного наследия. Такие выставки отдельно финансируются государством (например, выставка, подготовленная к Спартакиаде в Казани в 2013 году, выставка в Крыму в 2014, выставка в Грозном в 2014). При этом музейные сотрудники в этих проектах учитывают и собственные интересы: рекламируют РЭМ, налаживают связи, находят финансирование под каталоги и публикацию экспонатов. Помимо государства налаженные связи и всесторонняя экспертиза сотрудников позволяет привлечь в качестве партнеров иностранные и российские музеи, а также вузы и академические учреждения, благо большинство научных сотрудников там работает. В то же время музей слабо работает с не образовательными, не музейными и не научными институтами, как мы уже говорили в параграфе 2.8. Это связано с выставочной идеологией музея: музей позиционирует себя в качестве ведущего исследовательского места этнической культуры народов бывшей Российской империи, он высоко держит экспертную планку, являясь методическим центром в этнографии и музееведении. Однако же подобная «гордость» мешает ему в наращивании своей аудитории: музей делает ставку в основном на детей, школьников и студентов. Остальные же слои населения по большей части игнорируются (исключение составляют некоторые программы отдела просвещения, направленные на взрослых и проект «Этноджем»). Отсюда – устоявшееся мнение, что в Этнографический музей люди приходят в детстве, а в следующий раз – только когда приводят уже своих детей или внуков. Сами выставочные проекты часто делаются с представлением, что их главная аудитория – друзья и знакомые самих этнографов (инф. 8). Это, кстати, не является отличительной чертой РЭМ: например, в ГМИР информант высказывал похожую точку зрения: сотрудник на выставке ориентируется на то, что ему кажется интересным, и это автоматически должно стать интересным для посетителя (инф. 27). Такая закрытость вызвана, в том числе, пониманием себя музеем как экспертного высококультурного учреждения, ориентированного на науку и работу с вещами, нежели на посетителя. В то же время музей имеет широкий перечень образовательных программ, но многие из них рассчитаны в основном на детей (инф. 21).

Если исходить из того, что у музея есть нескончаемый ресурс для репрезентации – традиционная культура разных народов бывшей Российской империи, то мы видим, что музей ограничен в ее репрезентации существующими еще со дня основания музея классификациями и предметами, выработанными в процессе существования категориями, научными интересами отдельных сотрудников, видением администрации и педагогическими склонностями образовательного отдела музея. В этом смысле этнографический музей отличается от других своей областью экспертизы и хранимыми экспонатами, исторически сложившимися связями с партнерами, научными парадигмами, главными акторами, но схож с ними в том, что он, как культурный институт, пытается найти баланс между воспроизводством себя как среды научного познания и репрезентации особого этнографического мира и рациональным институциональным поведением для существования себя в окружающем социальном мире.



## Заключение

В данном диссертационном исследовании мы поставили перед собой цель описать социальный мир этнографического музея сквозь призму выставочной деятельности. Выставки, - культурные объекты, создаваемые музеем, - дали нам возможность взглянуть на людей, идеи, вещи, документы и социальные отношения, которые сложились и складываются в отдельно взятом музейном локусе. Мы показали, что для такого взгляда на музей больше всего подходит теория культурного производства, модифицированная британскими культурными исследователями для выявления роли знания, практик и вещей в процессе такого производства. Это дало нам возможность взглянуть на сложную сеть отношений, существующих внутри отдельного музея как социальной монады. Политические отношения ограничивают набор партнеров, аудиторий и выставочных объектов, создают правовые затруднения и открывают административные каналы; социальные конвенции ограничивают возможные темы, технологии, затраты, отбирают выставочные идеи, программируют межпоколенческие и межстатусные отношения; экономическое положение влияет на наполненность и дизайн выставок, заставляет музейщиков делать больше проектов, вырабатывать новые выставочные формы (фотографические, виртуальные), приобретать новые технологии, искать новых неофициальных партнеров; музейное знание, выработанное в процессе развития музея в советский и российский период, определяет основные выставочные категории и классификации, влияет на показываемые темы, репрезентацию этнической культуры и саморепрезентацию музея; музейное здание ограничивает возможность выставочных площадей, создает проблемы для хранения и выставления, при этом привлекает посетителей размещением, своей просторностью и светом; музейные вещи ограничивают широту экспонирования, влияют на выставочный дизайн, изменяют представления о том, что считать этнической вещью; другие индивиды и институты влияют на музейное знание, формируют партнеров и аудитории, выстраивают с музеем взаимоотношения.

Мы хотели показать, что все это, и многое другое, составляет этнографический музейный мир, обладающий собственными чертами: идеологией сохранения труда людей из других временных эпох и пространств в виде этнографических знаний и вещей, интересом к познанию и сохранению этнического разнообразия, богатейшим и глубоким знанием всех многочисленных народов Российской империи, СССР и России, готовностью работать всю свою жизнь над познанием и репрезентацией народов и сохранением вещей. Этот мир оказывает огромное влияние на идентичность самих музейщиков, делая релевантными определенные объекты и проблемы (сохранение наследия и этнической культуры,

просвещение, производство знания о традиционной культуре), оттачивая навыки и знания, заставляя глубже погружаться в этнографию. Описанные экспонаты и записанные факты становятся общими вещами музейного мира, формирующими общие практики и процессы социализации. А создаваемые выставки становятся объектами для взаимной идентификации.

В то же время выставки – это способ коммуникации музея, не только внутренние объекты для утверждения своей особой музейной культурной автономности, но и культурные объекты, которые создаются для других социальных групп и институтов. Выставки имеют множество измерений. Это и общие партнерские межмузейные проекты, и пункты планов и отчетов для Министерства культуры, и способ финансирования, и приемы культурного просвещения, и политические высказывания, и модель познания традиционной культуры. Выставки – это культурные объекты, которые, наряду с другими, делают музей музеем, таким, как его с разных сторон видят представители отдельных социальных групп. Выставки сами не являются неизменными; они и по содержанию, и по форме, и по использованию всегда включены в различные практики музея, которые направлены на поддержание его существования как института, на обмен самого разного рода с постоянно меняющимися культурными средами.

Мы показали, что если взглянуть с разных сторон на выставку как культурный объект: на ее конвенциональное определение и типологию, принятые в музее; на секвенцию ее построения; на структурные элементы и способы их связи между собой; на способ ее репрезентации и содержание; на ее использование в разных контекстах, - мы обнаружим свойства музейного мира, которые не могут быть заметны при структурно-функциональном или дискурсивном анализе. Мы увидели, что музей не представляет собой единства, это социальный институт со множественными измерениями, который объединяет прошлое и настоящее, людей и вещи, переводит на понятный язык невыразимые понятия и невиданные практики, открывает людям их культурную и этническую идентичность. Мы попытались описать хрупкий баланс между стремлением музея существовать как особый культурный мир и при этом говорить с окружающим миром на понятном языке.

## Список литературы

1. Акулич, Е. М. Музей как социокультурное явление [Текст] / Е. М. Акулич // Социологические исследования. - 2004. - № 10. - С. 89-92. – 500 экз. - ISSN 0132-1625.
2. Андерсон, Б. Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма [Текст] / Б. Андерсон // - М.: КАНОН-ПРЕСС-Ц Кучково ПОЛЕ, 2001. – 288 с. - ISBN 5-93354-017-3.
3. Баранов, Д. А. Выставка "Парад народов": вещь в музейном пространстве [Текст] / Д. А. Баранов // Этнографическое обозрение. - 2004. - № 5. - С. 136-140. – 500 экз. - ISSN 0869-5415.
4. Баранов, Д. А. К истории классификации в этнографическом отделе Русского музея («Великоруссы», «Русские», «Иногородцы») [Текст] / Д. А. Баранов // Музей. Традиции. Этничность. - 2012. - № 1. - С. 28 – 38. – 1000 экз. - ISSN 2304-992.
5. Баранов, Д. А. Этнографический музей и «рационализация системы» [Текст] / Д. А. Баранов // Этнографическое обозрение. - 2010. - № 4. - С. 26-43. – 500 экз. - ISSN 0869-5415.
6. Баранова, О. Г. Резные деревянные календари из устюгского уезда Вологодской губернии [Текст]/ О. Г. Баранова // Музей. Традиции. Этничность. - 2012. - № 1. - С. 37- 51. – 1000 экз. - ISSN 2304-992.
7. Батюта, Е. А., Каменский, С. Ю., Рамзин, С. А. Музейная антропология: конструирование идентичности посетителя во взаимодействии с новым музеем [Текст] // / Е. А. Батюта, С. Ю. Каменский, С. А. Рамзин // Вестник Гуманитарного университета. -2014. - № 1 (4). - С. 177 - 188. – 100 экз. - ISSN 2308-8117.
8. Беззубова, О. В. Проблема репрезентации «национального» в современном этнографическом музее [Текст] / О. В. Беззубова // Вопросы музеологии. - 2010. - № 1. - С. 3 – 8. – 180 экз. - ISSN 2219-6269.
9. Беззубова, О. В. Современный музей как инстанция дискурса «национального» [Текст] / О. В. Беззубова // Вопросы музеологии. - 2011. - № 2. - С. 20 – 29. – 180 экз. - ISSN 2219-6269.
10. Вартофский, М. Модели. Репрезентация и научное понимание [Текст] /М. Вартофский // - М.: Наука, 1988. - ISBN: 5-01-001033-X.
11. Вахштайн, В. Джон Ло: социология между семиотикой и топологией [Текст] / В. Вахштайн // Социологическое обозрение. - 2006. - Т. 5. - № 1. - С. 25-30. - ISSN 1728-192X.
12. Вольф, Н. Настоящее прошлого [Текст] / Н. Вольф // Гулаг в российской памяти. - Пермь, 2011. - С. 30 – 35.
13. Выставка. Словарь музейных терминов [Электронный ресурс] // - Режим доступа: <http://www.museum.ru/rme/dictionary.asp?35>.
14. Гладарев, Б., Цинман, Ж. Дом, школа, врачи и музеи: потребительские практики среднего класса [Текст] / Б. Гладарев, Ж. Цинман // Новый быт в современной России: гендерные исследования повседневности / под ред. Елены Здавомысловой, Анны Роткирх, Анны Темкиной. - СПб.: Издательство ЕУ, 2009. - С. 189 – 221. - ISBN 978-5-94380-077-1.
15. Дело о библиотеке Шнеерсона // - Режим доступа: [http://ria.ru/trend/shneerson\\_12082010/](http://ria.ru/trend/shneerson_12082010/).

16. Де Серто, М. Изобретение повседневности [Текст] / М. Де Серто // - СПб.: Издательство ЕУ, 2013. – 330с. - ISBN 978-5-94380-150-1.
17. Дмитриев, В. А. Государственный музей этнографии – свой путь между идеологией и наукой. Этнические традиции в культуре [Текст] / В. А. Дмитриев // Музей. Традиции. Этничность. - 2012. - № 2. - С. 6 – 21. – 1000 экз. - ISSN 2304-992.
18. Дмитриев, В. А., Грусман, В. М. Этнографический отдел Русского музея и концепция национального музея [Текст] / В. А. Дмитриев, В. М. Грусман/ Музей. Традиции. Этничность. - 2012. - № 1. - С. 10 – 28. – 1000 экз. - ISSN 2304-992.
19. Дубин, Б. В. Архив и высказывание. К социологии музея в современной России [Текст] / Б. В. Дубин // Вестник общественного мнения: Данные. Анализ. Дискуссии. - 2011. - Т. 109. - № 3. - С. 106-109.
20. Емельяненко, Т. Г. Традиционный костюм бухарским евреям: этнокультурный аспект [Текст] / Т. Г. Емельяненко/ - СПб.: Петербургское востоковедение, 2012. – 264с.
21. Клименко, М. С. Правовые аспекты музейной деятельности [Текст] / М. С. Клименко // СПб.: РЭМ, 2013. – 5с.
22. Козиев, В. Н., Петрунина, Л. Я. Динамика посещаемости художественных музеев (1985-2006) [Текст] / В. Н. Козиев, Л. Я. Петрунина // Социологические исследования. - 2008. - №. 10. - С. 104 – 113. - 500 экз. - ISSN 0132-1625.
23. Лаптева, М. А. Музей как социальный институт :социально-философский анализ: автореф. дис. ... канд. фил. наук: 09.00.11 / Лаптева Марина Анатольевна. – Красноярск: 2006. – 18 с.
24. Латур Б., Вулгар С. Лабораторная жизнь. Конструирование научных фактов [Текст] / Б. Латур, С. Вулгар // Пер. с английского Кузнецов А.Г. // Режим доступа: <http://www.twirpx.com/file/1155237>.
25. Латур, Б. Нового времени не было: эссе по симметричной антропологии [Текст] / Б. Латур // - СПб.: Издательство ЕУ в Санкт-Петербурге, 2006. – 240 с. – 2000 экз. - ISBN 5-94380-049-2.
26. Ло, Д. Объекты и пространства [Текст] /Д. Ло // Социологическое обозрение. - 2006. - Т. 5. - №. 1. - С. 31 – 43. - ISSN 1728-192X.
27. Малинкин, А. Н. Коллекционер. Опыт исследования по социологии культуры [Текст] / А. Н. Малинкин // - М.: ГУ-ВШЭ, 2011. – 192 с. - ISBN 978-5-7598-0857-2.
28. Михайлова, Е.А., Романова, Н.М. Особенности определения страховой суммы и расчета страхового тарифа в страховании произведений искусства [Текст] / Е. А. Михайлова, Н. М. Романова // Экспертиза, оценка и страхование музейных предметов: Вопросы теории и практики: коллективная монография; под науч. ред. Н. М. Романовой. - СПб.: Нестор-История, 2010. - С. 114 – 124. – 192 с. - ISBN 978-5-98187-972-2.
29. Мишина, И. В. Музей в системе ценностных ориентаций российского студенчества: автореф. дис. ... канд. культ-ии: 24.00.03 / Мишина Ирина Васильевна. – СПб.: 2002. – 17 с.
30. Мукомель, В. И. Интеграция мигрантов: вызовы, политика, социальные практики [Текст] / В. И. Мукомель // Мир России. - 2011. - Т. 20. - № 1. - С. 34 – 50 – 500 экз. - ISSN 1811-038X.
31. Нифантова, Н. «Старые» лошадки» [Текст] / Н. Нифантова // Машины и механизмы. - 2012. - № 21. - С. 89 – 95. - 1999-2920.

32. «О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации»: [федер. закон № 54: принят Гос. Думой 24 апреля 1994 г.: по состоянию 1 дек. 2014 г.].
33. Петрова, Н. Ф. Частные коллекции, меценатство, музеи (социокультурологический анализ) [Текст] / Н. Ф. Петрова // Социологические исследования. - 1996. - № 7. - С. 68 – 78. - 500 экз. - ISSN 0132-1625.
34. Петрунина, Л. Я. Два лица одного музея: «Ночь музеев» в Третьяковской галерее // Телескоп. 2012. № 6. С. 28 – 32.
35. Петрунина, Л. Я. Из истории социологических исследований в Третьяковской галерее [Текст] / Л. Я. Петрунина // Телескоп. - 2013. - № 4. - С. 30-36.
36. Поляков, Т. П. Как делать музей? (О методах проектирования музейной экспозиции) [Текст] / Т. П. Поляков // - М.: Российский институт культурологии, 1997. – 253 с.
37. Правдина, М. А. Современный рынок советского кино: социокультурный анализ способов позиционирования DVD-продукции [Текст] / М. А. Правдина / Экономическая социология. - 2010. - Т. 11. - № 2. - С. 91-114. – ISSN 1726-3247.
38. Ремнев, А. В. Вдвинуть Россию в Сибирь: Империя и русская колонизация второй половины XIX–начала XX века [Текст] / А. В. Ремнев // Новая имперская история постсоветского пространства: Сборник статей (Библиотека журнала “Ab Imperio”) / Под ред. И. В. Герасимова, С. В. Глебова. Л. П. Каплуновского, М. Б. Могильнер, Л. М. Семёнова. — Казань: Центр Исследований Национализма и Империи, 2004. - С. 223-242.— 1000 экз. — ISBN 5-85247-024-4, ISBN 9785852470249.
39. Романова, Н. М. Принципы показа этнографических материалов в экспозициях краеведческих музеев [Текст] / Н. М. Романова // - СПб.: «ГАМАС», 2010.
40. Токарев, С. А. История русской этнографии (Дооктябрьский период) [Текст] /Токарев С. А. // - М.: Наука, 1966. – 456 с.
41. Саид, Э. Ориентализм. Западные концепции Востока [Текст] / Э. Саид // - СПб.: Русский мир, 2006. – 637 с. - 5-9900557-1-4, 0-14-302798-0.
- Этнические и этносоциальные категории: Свод этнографических понятий и терминов. Вып. 6 [Текст]/ Ю. Бромлей (ред.). - М.: ИЭА РАН, 1995. - 216 с. - ISBN 5-201-00865-8.
42. Система научного описания музейного предмета: классификация, методика, терминология. Справочник [Текст] / - СПб.: Издательство «Арт-Люкс», 2003. – 408 с.: ил. 125. – ISBN 5-900293-149.
43. Сорокина, Г. Г. Историко-этнографический музей и социокультурные проблемы современного общества: автореф. дис. ... канд. культ-ии: 24.00.03 / Сорокина Галина Геннадиевна. – СПб.: 2006. – 17 с.
44. Станюкович, Т. В. Этнографическая наука и музеи [Текст] / Т. В. Станюкович // - М.: Наука, 1978. – 286 с. – 1450 экз.
45. Умланд, А., Шеховцов, А. Праворадикальная партийная политика в постсоветской Украине и загадка электоральной маргинальности украинских ультранационалистов в 1994-2009 гг. [Текст] / А. Умланд, А. Шеховцов // Ab Imperio. - 2010. - № 2. - С. 1 – 29. - 2166-4072.
46. Фархатдинов, Н. Социология искусства без искусства. Индустриальная метафора в социологических исследованиях искусства [Текст] / Н. Фархатдинов // Социологическое обозрение. - 2008. - Т. 7. - № 3. - С. 55-69. - - 500 экз. - ISSN 0132-1625.
47. Фаулз, Д. Коллекционер: роман [Текст] / Д. Фаулз // - М.: АСТ, 2007. – ISBN 5-9713-1808-X.

48. Фуко, М. Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы [Текст] / М. Фуко // - М.: Ad Marginem, 1999. – 480 с. – ISBN 5 – 93321 – 010 – 2.
49. Фуко, М. Это не трубка [Текст] / М. Фуко / - М.: Художественный журнал, 1999. – ISBN 5-7331-0304-1.
50. Хархордин, О., Волков В. Райл и Полани о практическом знании [Текст] / О. Хархордин, В. Волков / Они же Теория практик. - СПб.: Издательство ЕУ в Санкт-Петербурге, 2008. С. 72 – 84. – 800 экз. - ISBN 978-5-94380-078-8.
51. Хезмондалш, Д. Культурные индустрии [Текст] / Д. Хезмондалш. – М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2014 г. – 456 с. – 1000 экз. – ISBN 978-5-7598-0837-4.
52. Холодная, В. Г. Практика частных подношений императорской фамилии на примере олонцкого кокошника из фондов РЭМ [Текст] / В. Г. Холодная // Музей. Традиции. Этничность. - 2013. - № 1. - С. 119 – 126. – 1000 экз. - ISSN 2304-992.
53. Хоркхаймер, М., Адорно, Т. Диалектика просвещения. Философские фрагменты [Текст] / М. Хоркхаймер, Т. Адорно. - СПб.: «Медиум», «Ювента», 1997. – 312 р. - 500 экз. - ISBN 5-85691-051-6.
54. Чернега, А. А. Проблемы и перспективы институционализации музея в Российском обществе на современном этапе [Текст] / А. А. Чернега // Вестник Пермского Университета. Философия. Психология. Социология. - 2013. - №. 1. - С. 190 – 196. – 500 экз. - ISSN 2078-7898.
55. Юренева, Т. Ю. Музееведение [Текст] /Т. Ю. Юренева. - М.: Академический Проект, 2004. – ISBN 5-8291-0322-2.
56. Abbott, A. Sequence analysis: new methods for old ideas [Текст] / A. Abbott // Annual review of sociology. - 1995. - Vol. 21. - P. 93 – 113. – ISSN 0360-0572.
57. Ames, M. Cultural empowerment and museums: opening up anthropology through collaboration // Objects of knowledge [Текст] / S. Pearce (ed.). - The Athlon Press, 1990. - P. 158 – 173. – 246 p. - ISBN 0-485-90001-7.
58. Asdal, K., Moser, I. Experiments in context and contexting [Текст] / K. Asdal, I. Moser // Science, Technology & Human Values. - 2012. - Vol. 37(4). - P. 291–306. – ISSN 0162-2439.
59. Aufderheide, P. Documentary film: A very short introduction [Текст] / P. Aufderheide. - Oxford University Press, 2007. – 176 p. – ISBN 0195182707.
60. Baehr P., The “Iron Cage” and the “Shell as Hard as Steel”: Parsons, Weber, and the Stahlhartes Gehäuse Metaphor in the Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism [Текст] / I. Baehr // History and Theory. - 2001. - Vol. 40. - No. 2. - P. 153–169. – ISSN 1468-2303.
61. Barth, V. The Micro-history of a world event: intention, perception and imagination at the Exposition universelle de 1867 [Текст] / V. Barth // Museum and society. - 2008. - V. 6. - №. 1. - P. 22-37. – ISSN 1479-8360.
62. Becker, H. S. Arts and crafts [Текст] / H. S. Becker // American Journal of Sociology. 1978. - Vol. 84. - No 4. - P. 862-889. – ISSN 1537-5390.
63. Becker, H. S. Art as collective action [Текст] / H. S. Becker // American sociological review. - 1974. - Vol. 39. - No. 6. - P. 767-776. – ISSN 0003-1224.
64. Becker, H. S. Art worlds [Текст] / H. S. Becker. - University of California Press, 1984. – 408 p. - ISBN 0-520-04386-3.

65. Becker, H. S., Pessin, A. A Dialogue on the Ideas of “World” and “Field” [Текст] / H. S. Becker, A. A. Pessin // Sociological Forum. - 2006. - V. 21. - №. 2. - P. 275-286. – ISSN 1573-7861.
66. Becker, H. S., Strauss, A. L. Careers, personality, and adult socialization [Текст] / H. Becker, A. Strauss // American Journal of Sociology. - 1956. - Vol. - 62. - No. 3. - P. 253 – 263. – ISSN 1537-5390.
67. Becker, H. S. Outsiders: studies in the sociology of deviance [Текст] / H. S. Becker. – The Free Press, 1963. – 196 p.
68. Becker, H. S. The power of inertia [Текст] / H. S. Becker // Qualitative Sociology. - 1995. - V. 18. - №. 3. - P. 301-309. – ISSN 0162-0436.
69. Bennett, T. Civic laboratories: museums, cultural objecthood and the governance of the social [Текст] / T. Bennett // Cultural Studies. - 2005. - V. 19. - №. 5. - P. 521-547. - ISSN 0950-2386.
70. Bennett, T., Hay, J. Interview with Tony Bennett, November 22, 2012 [Текст] / T. Bennett, J. Hay // Communication and Critical/Cultural Studies. - 2013. - Vol. 10. - No. 1. - P. 98-123. – ISSN 1479-1420.
71. Bennett, T. Exhibition, difference, and the logic of culture // Museum frictions: Public cultures/global transformations [Текст] / Karp I. (ed.). - 2006. - P. 46-69. – ISBN 978-0-8223-3894-9.
72. Bennett, T. The exhibitionary complex // Culture/Power/History: A Reader in Contemporary Social Theory / N. B. Dirks, G. Eley et al (eds.). Princeton Univ. Press, 1994. P. 123 – 155. – ISBN 9780691021027.
73. Bennett, T. Making culture, Changing society: The perspective of ‘culture studies’ [Текст] / T. Bennett // Cultural Studies. - 2007. - V. 21. - №. 4-5. - P. 610-629. - ISSN 0950-2386.
74. Bennett, T. The birth of the museum: history, theory, politics [Текст] / T. Bennett. - Routledge, 1995. – 288 p. – ISBN 0415053889.
75. Bennett, T. The work of culture [Текст] / T. Bennett // Cultural sociology. - 2007. - V. 1. - №. 1. - P. 31-47. – ISSN 1749-9755.
76. Blumer, H. Symbolic interactionism: Perspective and method [Текст] / H. Blumer. - Univ. of California Press, 1986. – 224 p. – ISBN 0520056760.
77. Blumer, H. Sociological implications of the thought of George Herbert Mead [Текст] / H. Blumer // American sociological journal. 1966. - Vol. 71. - No. 5. - P. 535 – 544. – ISSN 0003-1224.
78. Bourdieu, P. et al. The love of art: European art museums and their public [Текст] / P. Bourdieu. – Stanford Univ. Press, 1990. – 182 p.
79. Bowker, G. C., Star, S. L. Sorting things out: Classification and its consequences [Текст] / G. Bowker, S. Star. - MIT press, 2000. – 389 p. – ISBN 0262522950.
80. Burns, T. Micropolitics: Mechanisms of institutional change [Текст] / T. Burns // Administrative Science Quarterly. - 1961. - Vol. - 6. - No 3. - P. 257-281. – ISSN 0001-8392.
81. Callon, M. Some elements of a sociology of translation: domestication of the scallops and the fishermen of St Brieuc Bay // Power, action and belief: a new sociology of knowledge? / Law J. (ed.). - London, Routledge, 1986. P. 196-223. – ISBN 0710208022.
82. Clarke, A. E., Gerson, E. M. Symbolic interactionism in social studies of science // Symbolic interaction and cultural studies / H. S. Becker, M. McCall (eds.). - University of Chicago Press, 2009. - P. 179 – 215. – ISBN 0226041182.

83. Classen, C., Howes, D. The museum as sensescape: Western sensibilities and indigenous artifacts // *Sensible objects: colonialism, museums and material culture* [Текст] // E. Edwards, C. Gosden (eds.). - 2006. P. 199-222. – ISBN 1845203240.
84. Clifford, J. *Collecting ourselves* // *Interpreting objects and collections* [Текст] / Pearce S. M. (ed.). - Psychology Press, 1994. P. 258 – 267. – ISBN 0415112893.
85. Collins, H. *Tacit and explicit knowledge* [Текст] / H. Collins. - University of Chicago Press, 2010. – 200 p. – ISBN 022600421X.
86. Collins, H. *The sociology of scientific knowledge: studies of contemporary science* [Текст] / H. Collins // *Annual Review of Sociology*. - 1983. - Vol. 9. - P. 265-285. – ISSN 0360-0572.
87. Comaroff, J., Comaroff, J. *Christianity and colonialism in South Africa* [Текст] / J. Comaroff, J. Comaroff // *American Ethnologist*. - 1986. - V. 13. - №. 1. - P. 1-22. – ISBN 1548 – 1425.
88. Coombes, A. E. *Museums and the formation of national and cultural identities* [Текст] / A. Coombes // *Oxford Art Journal*. - 1988. - V. 11. - №. 2. - P. 56-68. – ISSN 0142- 6540.
89. Creswell, J. W. *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* [Текст] / J. W. Creswell. - Sage publications, 2012. – 472 p. -ISBN 1412995302.
90. *An Empire of Others: creating ethnographic knowledge in imperial Russia and the USSR* [Текст] / Cvetkovski R., Hofmaister A. (eds.). - CEU Press, 2014. – 414 p. – ISBN 978-615-5225-76-5.
91. Denzin, N. K. *Symbolic interactionism and cultural studies: The politics of interpretation* [Текст] / N. K. Denzin. - John Wiley & Sons, 2008. – 240 p. – ISBN 1557862915.
92. Dewey, J. *Essays in experimental logic* / J. Dewey. - SIU Press, 2007. – 448 p. - ISBN 0486200736.
93. DiMaggio, P. *Classification in art* [Текст] / P. DiMaggio // *American sociological review*. - 1987. - Vol. 52. - No 4. - P. 440 – 455. – ISSN 0003-1224.
94. DiMaggio, P. *Culture and cognition* [Текст] / P. DiMaggio // *Annual review of sociology*. - 1997. - Vol. 23. - P. 263-287. – ISSN 0360-0572.
95. DiMaggio, P. *Cultural entrepreneurship in nineteenth-century Boston* [Текст] / P. DiMaggio // *Media, Culture and Society*. - 1982. - № 4. - P. 33-50. – ISSN 1460-3675.
96. DiMaggio, P. *The production of scientific change: Richard Peterson and the institutional turn in cultural sociology* [Текст] / P. DiMaggio // *Poetics*. - 2000. - V. 28. - №. 2. - P. 107-136. – ISSN 0304-422X.
97. DiMaggio, P., Anheier, H. *The sociology of nonprofit organizations and sectors* [Текст] / P. DiMaggio, H. Anheier // *Annual review of sociology*. – 1990. Vol. 16. – P. 137-159. - ISSN 0360-0572.
98. DiMaggio, P., Powell, W. *The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields* [Текст] / P. DiMaggio, W. Powell // *American sociological review*. - 1983. - Vol. 48. - No. 2. - P. 147-160. – ISSN 0003-1224.
99. Domanska, E. *Return to things* [Текст] / E. Domanska // *Archaeologia Polona*. - 2006. - Vol. 44. - P. 171 – 185. – ISSN 0066-5924.
98. Dumazedier, J. et al. *Loisir et culture* [Текст] / J. Dumazedier. - Editions du Seuil Seuil, 1966.
99. Duncan, C. *Civilizing rituals: Inside public art museums* [Текст] / C. Duncan. - Psychology Press, 1995. – 192 p. – ISBN 0415070120.



100. Duncan, C., Wallach, A. The universal survey museum / C. Duncan, A. Wallach // *Museum studies: An anthology of contexts* / B. M. Carbonell (ed.). – Willy-Blackwell, 2004. – P. 51-70. – ISBN 1405173815.
101. Eisenbeis, M. Elements for a sociology of museums [Текст] / M. Eisenbeis // *Museum International*. - 1972. - V. 24. - №. 2. - P. 110-117. – ISSN 1468-0033.
102. Exhibiting cultures: The poetics and politics of museum display / Karp I. et al. (ed.). - Washington, DC: Smithsonian Institution Press, 1991. – 480 p. - ISBN 1560980214.
103. Feast, C. Needs and opportunities for research in ethnographic museums [Текст] / C. Feast // *Zeitschrift für Ethnologie*. - Bd. 118. - H. 1. 1993. - P. 87-95. – ISSN 0044-2666.
104. Foucault, M. Manet and the Object of Painting [Текст] / M. Foucault. - London: Tate Publishing, 2009. – 79 p. – ISBN 1854378457.
105. Foucault, M. Of other spaces [Текст] / M. Foucault // *Diacritics*. - 1986. - V. 16. - №. 1. - P. 22-27. – ISBN 1080-6539.
106. Foucault, M. The birth of the clinic [Текст] / M. Foucault. - Psychology Press, 2003. – 288 p. – ISBN 0415307724.
107. Fyfe, G. Sociology and the social aspects of museums / G. Fyfe // *A companion to museum studies* [Текст] / S. Macdonald (ed.). – Wiley-Blackwell, 2006. - P. 33-49. – ISBN 1444334050.
108. Garrety, K. Social worlds, actor-networks and controversy: the case of cholesterol, dietary fat and heart disease [Текст] / K. Garrety // *Social Studies of Science*. - 1997. - V. 27. - №. 5. - P. 727 – 773. – ISBN 0306-3127.
109. Gilmore, S. Art worlds: developing the interactionist approach to social organization / S. Gilmore // *Symbolic interaction and cultural studies* / Becker H., McCall M. (eds.). – Univ. of Chicago Press, 1990. - P. 148-178. – ISBN 0226041182.
110. Goode, J. Collecting Time: the Social Organization of Collecting /J. Goody // *Social Conceptions of Time. Structure and Process in Work and Everyday Life* / Crow G., Heath S. (eds.). - Palgrave Macmillian, 2002. - P. 230-247. – ISBN 0333984994.
111. Griswold, W. American character and the American novel: An expansion of reflection theory in the sociology of literature [Текст] / W. Griswold // *American Journal of Sociology*. - 1981. - Vol. 86. - No. 4. - P. 740-765. – ISSN 0002-9602.
112. Representation: Cultural representations and signifying practices [Текст] / Hall, S. (ed.). - Sage, 1997. - P. 24-25. – 440 p. – ISBN 1849205639.
113. Harper, R. Inside the IMF: an ethnography of documents, technology and organizational action [Текст] / R. Harper. - Routledge, 1998. – 272 p. - ISBN 0123258405.
114. Harrison, J. Museums and touristic expectations [Текст] / J. Harrison // *Annals of Tourism Research*. - 1997. - V. 24. - №. 1. - P. 23 – 40. – ISSN 0160-7383.
115. Hesmondhalgh, D. Cultural and Creative industries / D. Hesmondhalgh // *Handbook of Cultural Analysis* [Текст] / Bennett T., Frow J. (eds.). - Oxford and Malden, MA: Blackwell. 2008. P. 552 – 569.
116. Hesmondhalgh, D., Saha, A. Race, ethnicity and cultural production [Текст] / D. Hesmondhalgh, A. Saha // *Popular communication: The international Journal of Media and Culture*. - V. 11. - № 3. - P. 179 – 195. – ISSN 1540-5702.
117. Hetherington, K. Foucault, the museum and the diagram [Текст] / K. Hetherington // *The Sociological Review*. - 2011. - V. 59. - №. 3. - P. 457-475. – ISSN 1467-954X.

118. Hetherington, K. Museum topology and the will to connect [Текст] / K. Hetherington // *Journal of material Culture*. - 1997. - V. 2. - №. 2. - P. 199 – 218. - ISSN 1359-1835.
119. Hirsch P. M. Cultural industries revisited [Текст] / P. M. Hirsch // *Organization science*. - 2000. - V. 11. - №. 3. - P. 356-361. - ISSN 1047-7039.
120. Hooper-Grinhill, E. Museums and the shaping of knowledge [Текст] / E. Hooper-Grinhill. - Psychology Press, 1992. - 244 p. - ISBN 0415070317.
121. Hughes, E. Men and their work [Текст] / E. Hughes. - Glencoe, IL: Free Press, 1958. - 200 p.
122. Hughes, E. The academic mind: A review [Текст] / E. Hughes // *Ibidem. The Sociological Eye: Selected Papers*. - New Brunswick. London: Transaction Publishers, 1975. - P. 550–556. - ISBN 0878559590.
123. Jackins, I. Exhibits: On the Limitations of the Museum Method of Anthropology / I. Jackins // *Objects and Others: Essays on Museums and Material Culture* [Текст] / Stocking W. (ed.). - The University of Winsconsin Press, 1985. - P. 75-111. - ISBN 0299103242.
124. Jenkins, D. Object lessons and ethnographic displays: Museum exhibitions and the making of American anthropology [Текст] / D. Jenkins // *Comparative Studies in Society and History*. - 1994. - V. 36. - №. 02. - P. 242-270. - 0010-4175.
125. Johnson, J. et al. Differences between formal and informal communication channels [Текст] / J. Johnson et al // *Journal of business communication*. - 1994. - V. 31. - №. 2. - P. 111 – 122. - ISSN 2329-4884.
126. Joas, H. Pragmatism and social theory [Текст] / H. Joas. - University of Chicago Press, 1993. - 280 p. - ISBN 0226400425.
127. Kezich, G. Materialized identities on the ‘hidden frontier’: ethnographic museum policies in the Italian Tyrol [Текст] / G. Kezich // *Journal of Material Culture*. - 2011. - V. 16. - №. 4. - P. 429-440. - ISSN 1359-1835.
128. Kirchberg, V. Museum visitors and non-visitors in Germany: A representative survey [Текст] / V. Kirchberg // *Poetics*. - 1996. - V. 24. - №. 2. - P. 239-258. - ISSN 0304-422X.
129. Kirschenblatt-Gimblett, B. Destination culture: Tourism, museums, and heritage [Текст] / B. Kirschenblatt - Gimblett. - Univ. of California Press, 1998. - P. 17 – 79. - 311 p. - ISBN 0520209664.
130. Kirshenblatt-Gimblett, B. World Heritage and Cultural Economics / B. Kirschenblatt - Gimblett // *Museum Frictions: Public Cultures, Global Transformations* [Текст] / I. Karp, C. A. Kratz, L. S. Ybarra-Frausto (eds.). - NC: Duke University Press. 2006. - P. 161 – 204. - ISBN 0822338947.
131. Knuuttila, T. Modelling and representing: An artefactual approach to model-based representation [Текст] / T. Knuuttila // *Studies In History and Philosophy of Science Part A*. - 2011. - V. 42. - №. 2. - P. 262-271. - ISSN 0039-3681.
132. Latour, B. On actor-network theory: a few clarifications [Текст] / B. Latour // *Soziale welt*. - Vol. 4. - №. 47. - 1996. - P. 369-381. - ISSN 0038-6073.
133. Latour, B. The More Manipulations, the Better [Текст] / B. Latour // *Representation in scientific practice revisited* / Coopmans C. et al. (eds.). - MIT Press, 2014. - P. 347 – 351. - ISBN 0262525380.
134. Latour, B. Visualization and cognition: Drawing Things Together / B. Latour // *Knowledge and society. Studies in the Sociology of Culture Past and Present* [Текст] / H. Kuklick (ed.). - Jai Press, 1986. - Vol. 6. - P. 1-40.

135. Law, J. Actor network theory and material semiotics / J. Law // *The New Blackwell Companion to Social Theory* [Текст] / Turner B. (ed.). – Wiley-Blackwell, 2009. – P. 141-158. – ISBN 978-1-4051-6900-4.
136. Law, J., Hetherington, K. Allegory and interference: representation in sociology [Электронный ресурс] / J. Law, K. Hetherington // Режим доступа: <http://www.lancs.ac.uk/fass/sociology/research/publications/papers/law-hetherington-allegory-interference.pdf>.
137. Law, J. Organizing modernity [Текст] / J. Law. – Oxford: Blackwell, 1994. – 228 p. – ISBN 978-0-631-18513-0.
138. Law, J. Technology and heterogeneous engineering: the case of Portuguese expansion / J. Law // *The social construction of technological systems: New directions in the sociology and history of technology* / T. Pinch, W. Bijker, T. Hughes (eds.). – 1987. – V. 1. – P. 1-34. – ISBN 0262517604.
139. Lord, B. Foucault's museum: difference, representation, and genealogy [Текст] / B. Lord // *Museum and society*. – 2006. – V. 4. – №. 1. – P. 1-14. – ISSN 1479-8360.
140. Macdonald, S. Behind the scenes at the science museum [Текст] / S. Macdonald. – Berg Publishers, 2002. – 308 p. – ISBN 1859735711.
141. Macdonald, S. Museums, national, postnational and transcultural identities [Текст] / S. Macdonald // *Museum Studies: An Anthology of Contexts* / B. Carbonell (ed.). – Wiley-Blackwell, 2012. P. 273 – 287. – ISBN 1405173815.
142. Maines, D. Social organization and social structure in symbolic interactionist thought [Текст] / D. Maines // *Annual Review of Sociology*. – 1977. – Vol. 3. – P. 235-259. – ISSN 0360-0572.
143. Marcus, G., Fischer, M. A crisis of representation in the human sciences / *Anthropology as cultural critique: An experimental moment in the human sciences* [Текст] / Marcus G., Fischer M. (eds.). – Univ. of Chicago Press, 1986. – P. 7-16. – ISBN 0226504506.
144. McCarthy, E. Knowledge as culture: The new sociology of knowledge [Текст] / E. McCarthy. – Routledge, 2005. – 144 p. – ISBN 041506497X.
145. McLean, F. Marketing the Museum [Текст] / F. McLean. – Routledge, 1997. – 272 p. – ISBN 0415152933.
146. McLeod, M. Future Directions for Ethnographic Museums [Текст] / M. McLeod // *Zeitschrift für Ethnologie*. – 1976. – Bd. 101. – H. 2. – P. 216 – 221. – ISSN 0044-2666.
147. Mitchell, T. The world as exhibition [Текст] / T. Mitchell // *Comparative Studies in Society and History*. – 1989. – V. 31. – №. 02. – P. 217-236. – ISSN 0010-4175.
148. Morgan, G. Images of Organization [Текст] / G. Morgan. – Newbury Park, CA: Sage Publications, 1986. – 520 p. – ISBN 1412939798.
149. Moscardo, G. Mindful visitors: Heritage and tourism [Текст] / G. Moscardo // *Annals of tourism research*. – 1996. – V. 23. – №. 2. – P. 376-397. – ISSN: 0160-7383.
150. New museology [Текст] / P. Vergo (ed.). – Reaktion Books, 1989. – 538 p. – ISBN 0948462043.
151. Pearce, S. Collecting in contemporary practice [Текст] / S. Pearce. – Sage, 1998. – 224p. – ISBN 0761950818.
152. Pearce, S. The urge to collect / S. Pearce // *Interpreting objects and collections* [Текст] / S. Pearce (ed.). – Routledge, 1994. – P. 157-159. – ISBN 0415112893.
153. Peterson, R., Anand N. The production of culture perspective [Текст] / R. Peterson, N. Anand // *Annual review of sociology*. – 2004. – Vol. 30. – P. 311-334. – ISSN 0360-0572.

154. Peterson, R. The Production of Culture. A Prolegomenon [Текст] / R. Peterson // American Behavioral Scientist. - 1976. - V. 19. - №. 6. - P. 669-684. – ISSN 0002-7642.
155. Pitkin, H. F. The concept of representation [Текст] / H. F. Pitkin. - Univ. of California Press, 1967. – 330 p. – ISBN 0520021568.
156. Pomian, K. The collection: between the visible and the invisible / K. Pomian // Interpreting objects and collections [Текст]/ S. Pearce (ed.). - Routledge, 1994. - P. 60-74. – ISBN 0415112893.
157. Power, D. «Cultural Industries» in Sweden: An Assessment of Their Place in the Swedish Economy [Текст] / D. Power // Economic Geography. - 2002. – Vol. 78. – P. 103–127. – ISSN 1944-8287.
158. Riegel, H. Into the heart of irony: ethnographic exhibitions and the politics of difference [Текст] / H. Riegel // The Sociological Review. - 1995. - V. 43. - №. S1. - P. 83-104. – ISSN 1467-954X.
159. Documents: artifacts of modern knowledge [Текст] / Riles, A. (ed.). - University of Michigan Press, 2006. – 256 p. – ISBN 0472069454.
160. Sandell, R. Museums as agents of social inclusion [Текст] / R. Sandell // Museum Management and Curatorship. - 1998. - V. 17. - №. 4. - P. 401-418. – ISSN 0964-7775.
161. Serres, M. The Parasite [Текст] / M. Serres. - The Johns Hopkins University Press. - 1982. - ISBN 0-8018-2456-7.
162. Scott, A. The cultural economy of cities [Текст] / A. Scott // International Journal of Urban and Regional Research. – 1997. – Vol. 2. – P. 323–339. – ISSN 1468-2427.
163. Schudson, M. How culture works [Текст] /M. Schudson // Theory and Society. - 1989. - Vol. 18. - No. 2. - P. 153 – 180. - ISSN 0304-2421.
164. Shibutani, T. Reference groups as perspectives [Текст]/ T. Shibutani // American journal of sociology. - 1955. - Vol. 60. - No. 6. - P. 562-569. – ISSN 0002-9602.
165. Simmel, G. The sociology of secrecy and of secret societies / G. Simmel // The American Journal of Sociology. - 1906. - V. 11. - №. 4. - P. 441-498. - ISSN 0002-9602.
166. Smith, D. Texts, facts and femininity: Exploring the relations of ruling [Текст] / D. Smith. - Routledge, 2002. – 256 p. – ISBN 0415102448.
167. Star, S. L. The ethnography of infrastructure [Текст] / S. L. Star // American behavioral scientist. - 1999. - V. 43. - №. 3. - P. 377 - 391. – ISSN 0002-7642.
168. Star, S. L. This is not a boundary object: Reflections on the origin of a concept [Текст] / S. L. Star // Science, Technology & Human Values. - 2010. - V. 35. - №. 5. - P. 601 – 617. – ISSN 0162-2439.
169. Strauss, A. Social world perspective / A. Strauss // Studies in symbolic interaction / N. Denzin (ed.). – Jai Pr., 1978. - P. 119 - 129. – ISBN 0892320656.
170. Sturge, K. The Other on Display: Translation in the Ethnographic Museum / K. Sturge // Translating Others / T. Hermans (ed.). – Routledge, 2006. - V. 2. - P. 431-40. – ISBN 1-900650-85-1.
171. Swidler A. Culture in action: Symbols and strategies [Текст] /A. Swidler // American sociological review. - 1986. - Vol. 51. - No. 2. - P. 273-286. - ISSN 0003-1224.
172. Swidler A. Talk of love: How culture matters [Текст] / A. Swidler. - University of Chicago Press, 2013. – 312 p. – ISBN 0226786919.
173. The architecture of the museum: Symbolic structures, urban contexts [Текст] / Giebelhausen M. (ed.). - Manchester University Press, 2003. – 320 p. - ISBN 0719056101.

174. The practice turn in contemporary theory / Schatzki, T., Knorr-Cetina, K., von Savigny E. (eds.). - Psychology Press, 2001. – 256 p. – ISBN 041522814X.
175. Throsby, D. Economics and Culture [Текст] / D. Throsby. - NY: Cambridge University Press, 2001. – 228 p. – ISBN 0521586399.
176. Turk, H., Lefcowitz M. Towards a theory of representation between groups [Текст] / H. Turk, M. Lefcowitz // Social Forces. - 1962. - V. 40. - №. 4. - P. 337-341. – ISSN 0037-7732.
177. Turnbull, D. Masons, tricksters and cartographers: Comparative studies in the sociology of scientific and indigenous knowledge [Текст] / D. Turnbull. - Taylor & Francis, 2000. – 276 p. – ISBN 058230015.
178. Turner, V. Dramas, fields, and metaphors: Symbolic action in human society [Текст] / V. Turner. - Cornell University Press, 1975. – 309 p. – ISBN 0801491517.
179. Unruh, D. The nature of social worlds [Текст] /D. Unruh // Pacific Sociological Review. - 1980. - Vol. 23. - No. 3. - P. 271-296. – ISSN 0030-8919.
180. Verstraete, G. Railroading America. Towards a Material Study of the Nation [Текст] /G. Verstraete // Theory, culture & society. - 2002. - V. 19. №. 5-6. P. 145-159. – ISSN 0263-2764.
181. Wieder, D. Language and Social Reality: The Case of Telling the Convict Code [Текст] / D. Wieder. - The Hague: Mouton Press, 1974. – ISBN 081916464X.
182. Wilson, P. Ethnographic Museums and Cultural Commodification: Indigenous Organizations, NGOs, and Culture as a Resource in Amazonian Ecuador [Текст] /P. Wilson // Latin American Perspectives. - 2003. - Vol. 30. - No. 1. - P. 162-180. – ISSN 0094-582X.
183. Wohl, R., Strauss, A. Symbolic representation and the urban milieu [Текст] / R. Wohl, A. Strauss // American Journal of Sociology. - 1958. - Vol. 63. - No. 5. - P. 529-532. – ISSN 0002-9602.
184. Yaneva, A. When a bus met a museum: following artists, curators and workers in art installation [Текст] / A. Yaneva // Museum and society. - 2003. - V. 1. - №. 3. - P. 116-131. – ISSN 1479-8360.
185. Yin, R. K. Case study research: Design and methods [Текст] / R. K. Yin. - Sage publications, 2009. – 240 p. – ISBN 1412960991.

## Приложения

### Приложение № 1. Список информантов

#### *Сотрудники РЭМ*

1. Информант 1 — П., жен., научный сотрудник регионального отдела, хранитель, стаж работы в музее — 7 лет.
2. Информант 2 — В., жен., научный сотрудник, хранитель, стаж работы в музее — около года.
3. Информант 3 — Т., жен., ведущий научный сотрудник, хранитель, стаж работы в музее — около 35 лет.
4. Информант 4 — Ч., муж., зав. региональным отделом, стаж работы в музее — около 30 лет.
5. Информант 5 — Я., жен., научный сотрудник функционального отдела, стаж работы — 7 лет.
6. Информант 6 — Ш., жен., зав. региональным отделом, стаж работы в музее — 42 года.
7. Информант 7 — С., жен., главный научный сотрудник, стаж работы в музее — около 48 лет.
8. Информант 8 — В., жен., научный сотрудник регионального отдела, стаж работы в музее — 7 лет.
9. Информант 9 — Д., жен., зав. региональным отделом, стаж работы — 23 года.
10. Информант 10 — Е., жен., научный сотрудник, хранитель, стаж работы в музее — 10 лет.
11. Информант 11 — О., жен., зав. регионального отдела.
12. Информант 12 — Н., муж., старший научный сотрудник, стаж работы в музее — около 30 лет.
13. Информант 13 — Р., муж., ведущий научный сотрудник, стаж работы в музее — 40 лет.
14. Информант 14 — Ч., жен., зав. региональным отделом, стаж работы в музее — 45 лет.
15. Информант 15 — А., жен., ведущий научный сотрудник, стаж работы в музее — 22 года.
16. Информант 16 — Ш., жен., заместитель директора по учету и хранению.
17. Информант 17 — М., жен., зав. функциональным сектором.
18. Информант 18 — Ц., жен., зав. функциональным сектором.
19. Информант 19 — Д.Д., жен., зав. функциональным отделом, стаж работы в музее более 30 лет.
20. Информант 20 — В.В., жен., сотрудник функционального отдела.
21. Информант 21 — Д.О., жен., зав. функциональным отделом, стаж работы в музее — 32 года.
22. Информант 25 — Д. П., жен., зав. функциональным отделом.
23. Информант 26 — Д. Ш., жен., сотрудник функционального отдела, реставратор.

#### *Сотрудники других музеев*

1. Информант 22 — Д. В., муж., старший научный сотрудник Государственного музея политической истории.
2. Информант 23 — Д. Т., муж., старший методист Центрального военно-морского музея.
3. Информант 24 — Д. Ч., жен., заместитель директор по музею, Музей Антропологии и Этнографии (Кунсткамера).
4. Информант 27 — Д. П., жен., заместитель директор по науке, Государственный музей истории религии.

## **Приложение № 2. Таблицы, схемы и иллюстрации**

*Таблица 2.1. Функционально-организационная структура Российского этнографического музея.*

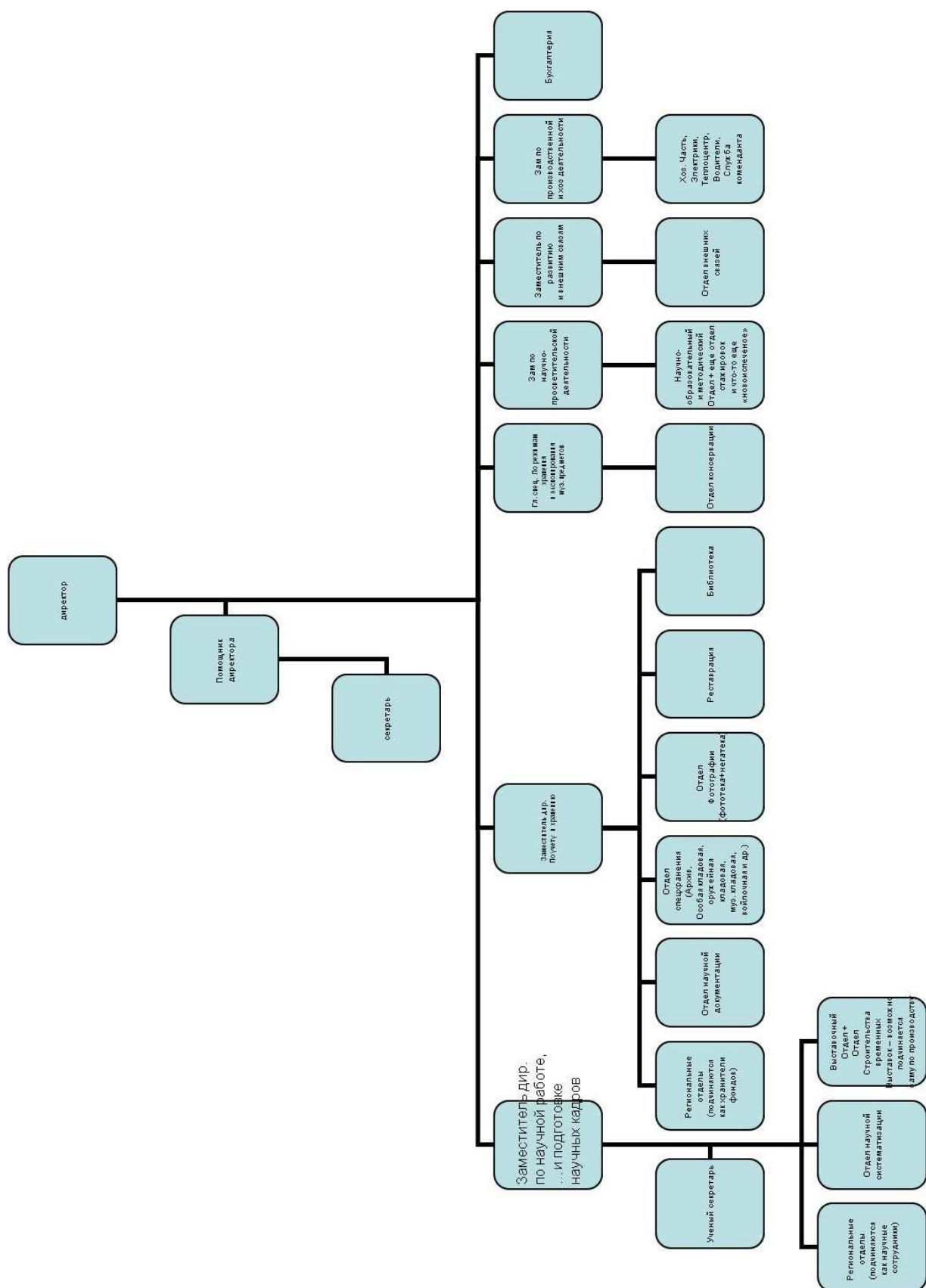


Таблица 2.2 Виды и содержания деятельности научного сотрудника регионального отдела.

Виды работ	Содержание работ
1. Научно-	1.1. Написание докладов, статей, монографий.



исследовательская	<p>1.2. Составление научных каталогов.</p> <p>1.3. Подготовка альбомов.</p> <p>1.4. Работа над диссертацией.</p> <p>1.5. Рецензирование и оппонирование диссертаций.</p> <p>1.6. Рецензирование статей, каталогов и пр.</p>
2. Экспозиционно-выставочная	<p>2.1. Создание концепции и тематической структуры экспозиции.</p> <p>2.2. Составление ТЭП (тематической структуры и ТЭП выставки).</p> <p>2.3. Разработка текстов, этикеток, карт, схем, заданий художникам.</p> <p>2.4. Работа с конструктором и художником.</p> <p>2.5. Отбор экспонатов и фотографий.</p> <p>2.6. Монтаж и демонтаж выставки</p> <p>2.7. Отчет о проделанной выставочной работе.</p> <p>2.8. Текущая экспозиционная работа.</p> <p>2.9. Организационная работа.</p>
3. Экспедиционно-собираТЕЛЬская	<p>3.1. Научная и организационная подготовка к экспедиции, командировке.</p> <p>3.2. Экспедиция, командировка.</p> <p>3.3. Подготовка к закупочной комиссии и отчет.</p> <p>3.4. Регистрация экспонатов и негативов и их передача материально-ответственному лицу.</p> <p>3.5. Обработка полевых дневников и сдача в архив.</p> <p>3.6. Научный отчет.</p>
4. Учетно-хранительская	(свое собственное содержание работ)
5. Научно-просветительская	<p>5.1. Подготовка экскурсий, лекций.</p> <p>5.2. Проведение экскурсий, чтение лекций.</p> <p>5.3. Создание методразработок.</p> <p>5.4. Занятия на экспозициях</p> <p>5.5. Участие в массовой работе.</p> <p>5.6. Написание текстов путеводителей, буклетов и пр. для временных выставок, сценариев, статей для прессы</p>
6. Научно-методическая	<p>6.1. Разработка методических рекомендаций.</p> <p>6.2. Рецензирование.</p> <p>6.3. Разработка учебных программ и методической документации.</p> <p>6.4. Подготовка и проведение занятий со стажерами.</p> <p>6.5. Консультация по вопросам региональной этнографии и музееведения.</p> <p>6.6. Организационно-методическая работа.</p>
7. Научно-организационная	<p>7.1. Подготовка и участие в работе заседаний секторов, отделов. Советов, конференций.</p> <p>7.2. Составление отчетов, планов, справок, записок и др. служебной документации.</p>
8. Редакционно-издательская	<p>8.1. Работа с редакторами.</p> <p>8.2. Чтение корректур и сигналов.</p>

	8.3. Редакционная подготовка оригиналов к печати. 8.4. Организационная работа.
9.Повышение квалификации	-
10.Внеплановая работа	-

Схема 2.1. Социальный мир РЭМ.

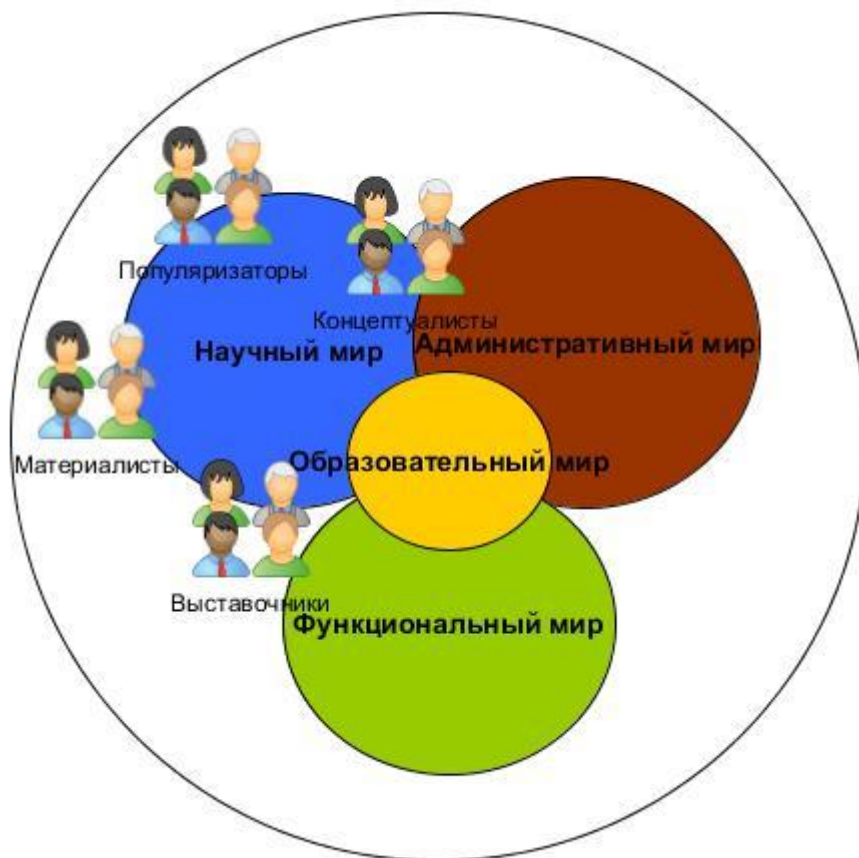


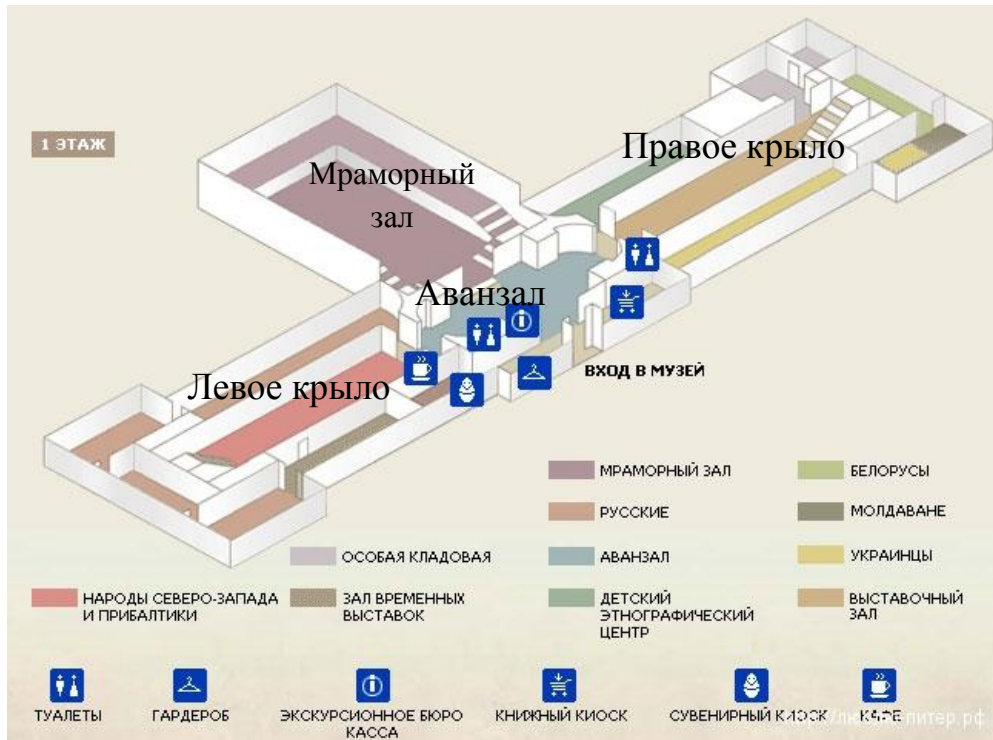
Иллюстрация 2.1. Площадь искусств и Российский Этнографический музей<sup>288</sup>.



<sup>288</sup> Российский этнографический музей // URL:

<https://www.google.ru/maps/place/%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9+%D0%AD%D1%82%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9+%D0%9C%D1%83%D0%B7%D0%B5%D0%B9/@59.9376218,30.3324332,570m/data=!3m1!1e3!4m2!3m1!1s0x0:0x9e129052861df33a> (Дата посещения: 6. 08. 2014).

Иллюстрация 2.2. План первого этажа РЭМ<sup>289</sup>.



<sup>289</sup> Карта музея // URL: <http://www.ethnomuseum.ru/karta-muzeya> (Дата посещения: 3. 10. 2014).

*Иллюстрация 2.3. Мраморный зал РЭМ<sup>290</sup>.*



---

<sup>290</sup>О музее // URL: <http://www.ethnomuseum.ru/planiruем-poezdku> (Дата посещения: 3. 10. 2014).

*Иллюстрация 2. 4. Правое крыло выставочных залов РЭМ. Первый этаж.*



Схема 2.2. Схема музеификации этнографического предмета.

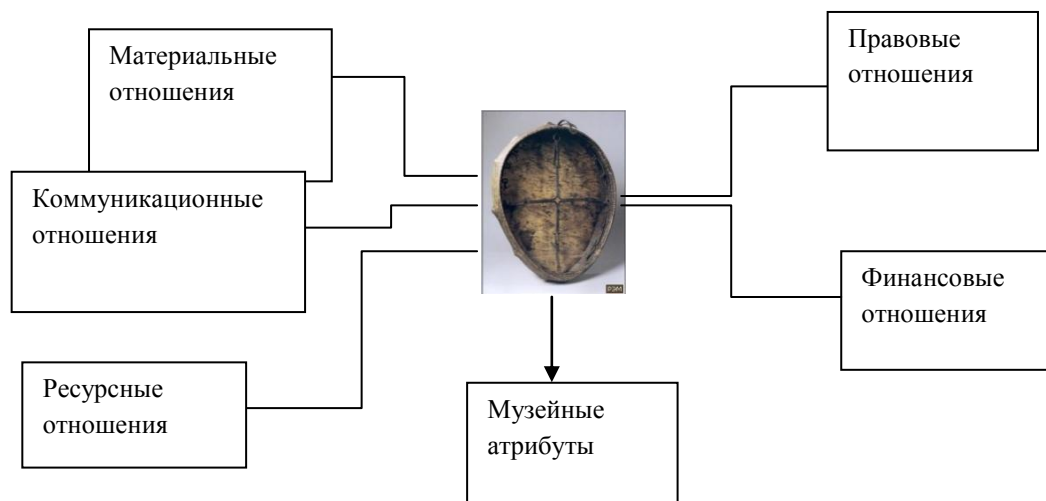




Таблица 2.3. Список основных практик обращения с вещами.

	Практики	Действия, события, участники	Язык, описание, нарратив	Документы, вещи
Собирание вещей	1. Принятие вещей в дар	Секретарь (М.), один из научных сотрудников, продавец,	Отбор: наши – не наши, традиционные вещи, стоимость	Заклучение договора о дарении, бланк о временном хранении (действует до ФЗК), акт приема вещей
	2. Покупка вещей у людей	Секретарь (М.), один из научных сотрудников, продавец, установление цены	Наши-не наши, trad. Вещи, стоимость	Заклучение договора о купле-продаже, бланк о временном хранении (действует до ФЗК)
	3. Собирание вещей в экспедициях	Научный сотрудник, информанты, установление цены	Наши – не наши, традиционные вещи, стоимость	Заклучение договора о купле-продаже, бланк о временном хранении (действует о ФЗК)
	4. Получение вещей иным способом	Покупка у коллекционеров, через посредников, подарки от других государств	-	-
	5. Отбор вещей на ФЗК	Написание экспертного заключение, рассказ-представление о поездке и обсуждение, принятие, споры	Историческая ценность, ценность для научной работы, экспозиционная ценность, ритуальные фразы	Протокол, экспертное заключение
	6. Экспертиза вещей	Научный сотрудник, капание растворов для определения вещи	Серебро-не серебро, время, народ и проч.	раствор
Хранение вещей	7. Очистка вещей в морозильной камере	Очищение вещей, хранитель	Паразиты, температура, сохранность	Морозильная камера для очистки вещей от насекомых,

				плесени
	8. Инвентаризация вещей (раз в 10 лет полная)	Хранитель	Наличие	Документы сверки
	9. Постоянное хранение	Хранение, очистка, аудит, хранитель, главный хранитель; переатрибуция вещей	Собственность РФ, оперативное управление, легенда вещи (в паспорте), бытование, отнесение в мягкие-жесткие фонды и отдельные фонды, основные фонды и научно-вспомогательные	Предметная карточка, учетная карточка, паспорт, инвентарная книга, описание, закон РФ о музеях, компьютерная база данных, фонды (полки и проч.)
	10. Медиация вещей в каталогах в научном отделе	Сортировка, раскладывание, включение новых карточек		Каталоги, научные паспорта, инвентарные книги
	11. Тацитное взаимодействие с вещами	Хранение предметов, трогание предметов	Знание своими руками	Экспонаты, их характеристики
	12. Написание методических рекомендаций о том, что и как делать с вещами			
Изучение вещей	13. Создание и поддержание электронной базы данных о коллекциях	Сотрудники нескольких отделов, создание базы, ее заполнение		
	14. Споры о вещах с другими институтами	Споры		
	15. Написание научных статей о вещах, научные размышления		Аура предмета, эстетика	Статья
	16. Составление каталогов, подготовка альбомов			
	17. «Раскручивание вещей», то есть узнавание контекста их бытования и создания			
Выставление вещей	18. Отправление на выставку		Страховая стоимость, закупочная стоимость, памятник	Документ о страховании, инструкция 1986 года(?), акт выдачи на

				временное хранение
	19. Использование вещей в экспозициях	Переноска вещей, коммуникация с художником, автор экспозиции, художник, помощники	Покраска, отбор,	План выставки, план расположения вещей, ТЭП, концепция
	20. Стажировки, лекции, экскурсии	Экскурсовод (научный сотрудник), проведение экскурсии, показ экспонатов	Символический контекст, употребление слов типа «традиция», мужское-женское, редкая-нередкая и т.д. нарратив	Слова, жесты

Схема 2. 3. Виды практик, связанные с обращением с этнографическим экспонатом.

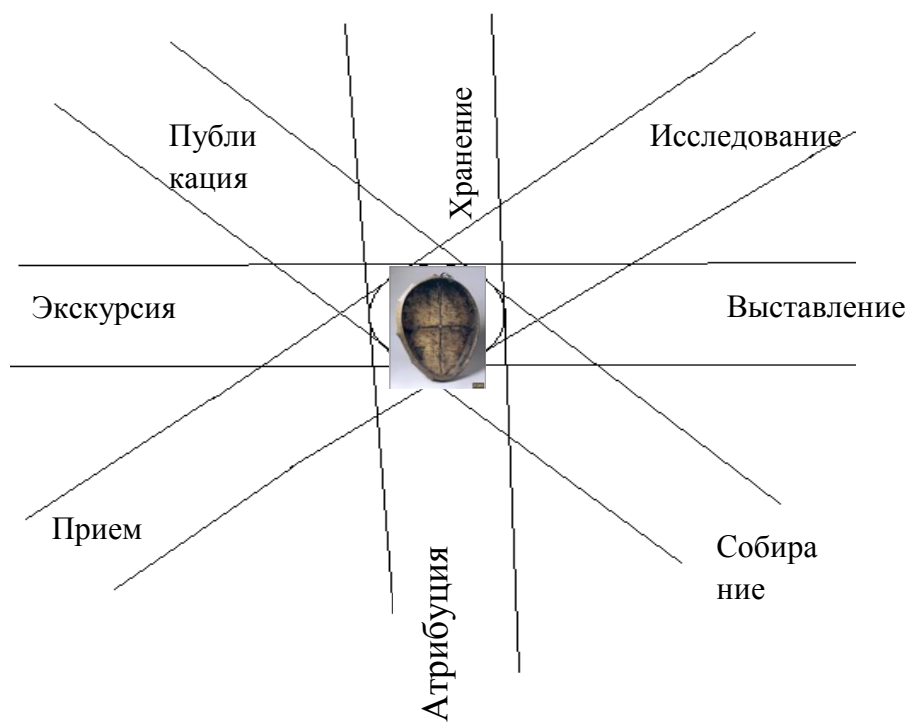


Схема 3.1. Секвенция создания выставки в РЭМ.

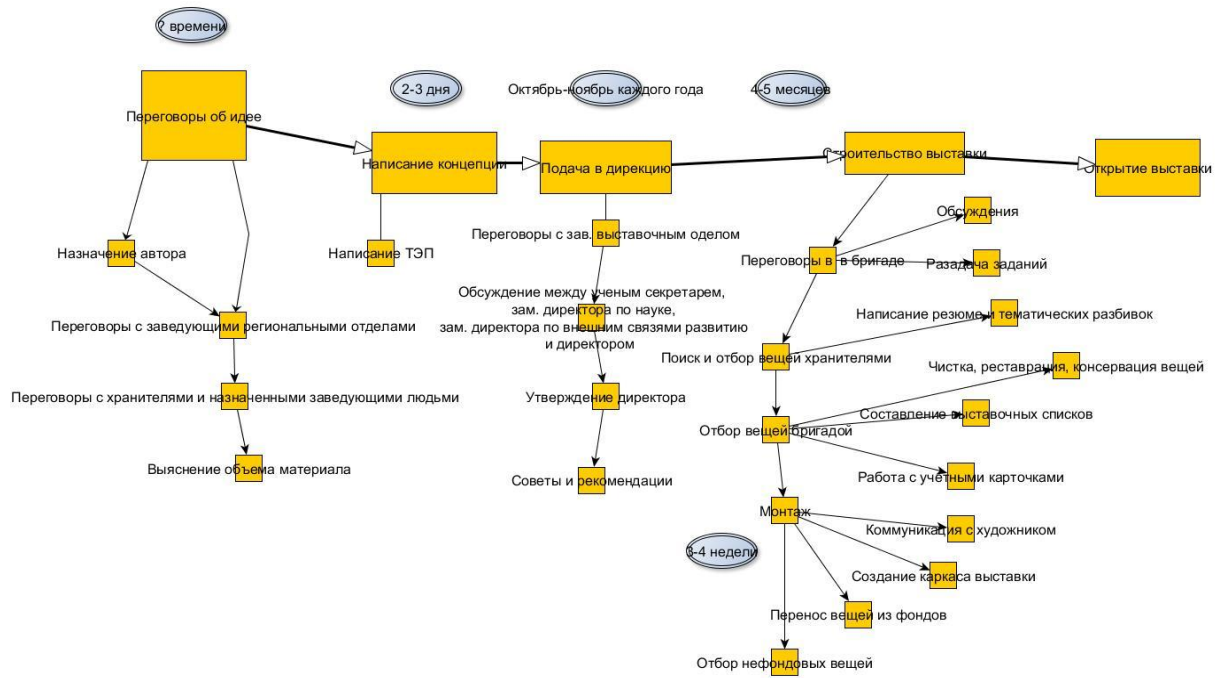




Иллюстрация 3.1. Внутренняя сторона буклета выставки «Меж двух миров: к 150-летию со дня рождения С. А. Ан-ского».



С. Ан-ский с жителями местечка, Украина

**И**мя Семёна Акимовича Ан-ского (Шлойме-Занвля Раппопорта) связано с развитием российской исторической науки, этнографии, фольклористики и музееведения. Труды Ан-ского знаменуют расцвет еврейской научной мысли и вовлеченность еврейских интеллектуалов Российской империи начала XX века в общественно-политические и творческие процессы.

С. Ан-ский родился в еврейском местечке Витебской губернии. Примкнув к еврейскому просветительскому движению, он оставил религиозное обучение и покинул родительский дом. Молодые годы будущего этнографа прошли в среде народников и социалистов-революционеров. Однако главным делом Ан-ского стало всеобъемлющее изучение жизни еврейского народа, исторических и культурных корней его самосознания.



Ковёр, Украина. Начало XX века

Из народнического опыта ранних лет выросла идея «воспитать народ к национальной жизни», сохранить наследие еврейского народного творчества и, таким образом, вдохнуть новую жизнь в еврейский мир Восточной Европы.

Выставка знакомит с предметами и фотографиями из уникальной коллекции С. Ан-ского, хранящимися в собрании Российского этнографического музея, а также предоставленными центром «Петербургская иудаика» и Музеем антропологии и этнографии им. Петра Великого.

Керосиновая лампа  
Санкт-Петербург. Начало XX века



Перемотка нитей  
Волынская губерния, местечко Шепетовка

В 1908–1910 годах С. Ан-ский публикует ряд статей о еврейском фольклоре и убеждается в необходимости проведения полноценной этнографической экспедиции в черту постоянной еврейской оседлости. Благодаря пожертвованиям киевского банкира Владимира Гинцбурга, в 1911 году начинается планирование экспедиции, названной в память отца мецената, барона Горация Гинцбурга. Анкета, затрагивающая все аспекты повседневной и религиозной жизни, была составлена при участии этнографа Льва Штернберга, историков Семёна Дубнова, Давида Маггида и др.

Первая экспедиция продолжалась с июля по октябрь 1912 года, вторая экспедиция проходила летом 1913 года, третья началась в июле 1914 года, но была вынужденно прервана в связи с началом Первой мировой войны. В исследованиях в разное время участвовали фотограф и художник Соломон Юдовин, музыковед Юлий Энгель, фольклорист Зиновий Кисельго, студенты Высших курсов востоковедения Абрам Рехтман, Исаак Фикангур и Самуил Шрайер.

За время работы было исследовано семьдесят городов и местечек Подольской и Волынской губерний, записано более двух тысяч народных преданий и легенд, более полутора тысяч песен, тысяча инструментальных и синагогальных мелодий и застольных песен, а также описаны обряды, церемонии, суеверия, заклинания, пословицы и притчи. Кроме того, было собрано более семисот предметов еврейского быта и синагогальной утвари, документы, письма, рукописи, коллекция народных рисунков, брачные контракты и пр. Участники поездок сделали сотни фотоснимков синагог, надгробий, ритуальных и бытовых предметов, сцен ремесленного труда.

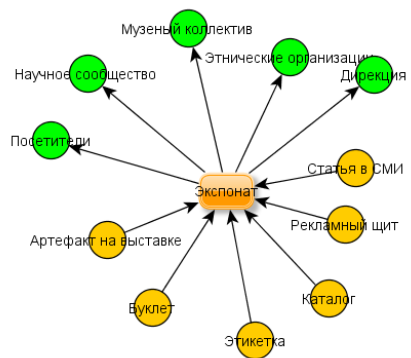
Экспедиционные материалы Ан-ского составили основу музея Еврейского историко-этнографического общества, открывшегося в 1917 году. Ввиду возможных беспорядков и погромов в 1918 году экспонаты музея были переданы на хранение в Этнографический отдел Русского музея (ныне Российский этнографический музей). После закрытия в 1929 году Еврейского историко-этнографического общества та часть коллекции, которую Ан-ский передал на хранение в Этнографический отдел, сохранилась и в основном представлена на экспозиции Российского этнографического музея «История и культура евреев на территории России».

Таблица 3.1. Соотношение этапов выставочной секвенции и репрезентационных форм этнографического экспоната.

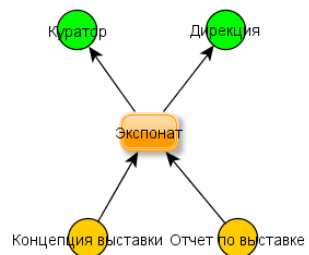
Этап секвенции выставочного процесса	Этнографический экспонат и его медиационные формы и аудитории
1. Переговоры об идее выставки	
2. Написание концепции	
3. Подача концепции в дирекцию	
4. Строительство выставки	



5. Открытие выставки и ее «работа»



6. Демонтаж выставки



Иллюстрации 3.2. и 3.3. Фрагменты выставки «Магия металла»<sup>292</sup>.



---

<sup>292</sup> Фотографии автора диссертационного исследования.

*Иллюстрация 3.4. Строительство выставки «Традиционный текстиль народов Средней Азии»<sup>293</sup>.*



---

<sup>293</sup>Фото автора диссертационной работы.

Таблица 3.2. Применение схемы анализа репрезентации Дж. Ло и К. Хезерингтона к анализу восьми буклетов выставок РЭМа.

Категория репрезентации	Ее реализация на выставке
Онтологические допущения	
Материальность (из чего состоит мир, материальное-нематериальное, социальное, идеальное, эмоциональное, бессознательное)	Авторы буклетов допускают существование как материальных (юбки, топоры), так и нематериальных (духовная, культура, научная мысль) объектов. Кроме того, особый акцент делается на социальных (индустриализация), этнических (народы), культурных (ритуалы, мировоззрение) составляющих. Порой отдельно выделяются психологические аспекты (личность, терпение), а также политические сущности (государство, революция и проч.)
Пространственности (какие формы пространственности. Сложные или простые, есть ли разрывы)	Основная форма пространственности для авторов – это воображаемая территория бывшей Российской империи, в которой выделяются как составляющие, но имеющие свои особенности территории Сибири, Кавказа, Средней Азии, Восточной Европы, Прибалтики, Крыма. Иногда используется понятие Евразии для характеристики данной территории. Кроме того, риторически выделяется РЭМ как особое пространство собирания и показа.
Темпоральности (какие времена, одно или несколько, оно циклическое, прерывистое)	Временной аспект репрезентации представляет собой напряжение между «этнографической современностью» (конец 19 – начало 20 века) и настоящей современностью (конец 20 – начало 21 века), с указанием порой отдельных дат или этапов коллекционирования, исследования тех или иных народов.
Что существует? (объекты и их атрибуты, определенность, статичность)	В тексте обычно выделяются гетерогенные элементы. «Культурные составляющие» этносов могут меняться под воздействием различных факторов, в то же время речь идет об определенной «вневременной» традиционной культуре, которую репрезентируют этнографы. Отмечается, что многие народы характеризуются определенными общими универсалиями в одежде, мировоззрении и т.д. Материальные вещи обладают семантическим статусом, символическим и прагматическим значением. Коллекционеры, этнографы и собиратели репрезентируются как принадлежащие к высшему сословию.
Отношения (что связано с чем? Каков характер этой связи? Равны-неравны, что более важно)	Мировоззрение народа влияет на его вещные аспекты; таким образом вещь (или связанное с ней ремесло) выступает как знак того или иного социального статуса. Таким же образом собранные экспонаты и коллекции могут характеризовать те или иные культурные особенности этносов. Собиратели изображены в позитивных тонах, они изучают народы для их же блага (сохранение культуры, рождение самосознания). При этом влияние самих народов на этнографов не показано. Многие этносы представлены как пассивные, ожидающие «спасения» от этнографов.
Эпистемологические допущения	
Модальности знания (как некто знает? Текстуально, визуально? Как знание передается от одного к другому?)	Способ знания – это собирание и изучение вещей, фотографирование и изображение предметов и разных событий (обряды), важных текстов. Знание передается через предметы, фотографии, полевые записи, выставки.
Кто или что знает? Только люди, или животные, общества, машины?	Знанием обладают этнографы-собираатели и хранители.
Пространственности (Где происходит знание? Оно фокусируется на одном месте или распространяется? Разные виды знания разнятся между собой?)	Знание фокусируется в разных местах, в основном в РЭМ, но также в самой культуре, в правительстве, у краеведов.
Гомогенности (Есть ли в знании напряжение? Оно делится на телесное, рациональное, мистическое,	Знание в основном репрезентируется как рациональное и вербальное.

вербальное)	
Экологии экономик (знающий отделен от познаваемого? Полностью? Частично? Познаваемое пассивно? Это объект? Или это диалог? Какая пространственная форма связывает субъект и объект?)	Познающий – это чиновник или музейный этнограф, отделенный от познаваемого народа, более того, имеющий культурную миссию его описания.
Темпоральности (мир, объект, существует до знающего субъекта? Или он снаружи времени? )	Репрезентация в стиле «наивного реализма»: некоторая этническая культура существует до ее описания и анализа этнографом.

Таблица 3.3. Сравнение выставочной деятельности музеев РЭМ, Музей политической истории, МАЭ (Кунсткамера), Центрального военно-морского музея и ГМИР.

	РЭМ	Музей политической истории	МАЭ (Кунсткамера)	Центральный военно-морской музей	ГМИР
Зарубежные музеи	Контакты с рядом зарубежных музеев (Италия, Германия, Франция, Северная Ирландия, США, Япония, Китай и др.), сложившиеся в 1990-е годы; частые выставочные проекты	Контакты с несколькими музеями (информант назвал музей Берлин-Карлсхорст и один из музеев Финляндии)	Контакты с рядом зарубежных музеев (Швейцария, Узбекистан, США, Китай и др.).	Контактов с зарубежными музеями обнаружено не было, однако есть интенция выхода в это пространство	С зарубежными музеями контакты только налаживаются, выставочные проекты ожидаются в 2016-2017 гг.
Российские музеи	Контакты с рядом российских музеев (Грозный, Абакан, Ростов-на-Дону, Москва, Владивосток и др.)	Контакты с несколькими российскими музеями (информант назвал Нижний Новгород)	Контакты с рядом российских музеев	Несколько российский музеев. Информант назвал Саратов, Омск и «еще куда-то».	Довольно много: Владивосток, Оренбург, Новосибирск, Пермь, Казань и др. (по плану на 2015 год - 15).
Партнеры (помимо музеев)	Государственные органы (Россотрудничества, МИД РФ), международная организация «Славянский форум», Дом национальностей в СПб, экскурсионные бюро, турфирмы, сообщества музыкантов, дизайнеров	Государственный архив РФ, ГАРФ, ЦГАИ, компании по строительству выставок, приглашенные художники, преподаватели РГПУ, СПбГУ, кафедра новейшей истории России, Институт истории	Коммьюнити (этнические сообщества), научная среда, образовательные среда, режиссеры, дизайнеры (в т.ч. народных костюмов), художественная среда в общем, ICOM	Театральные труппы, музыканты, субкультуры («Митьки»), преподаватели, международные организации (ICOM)	ICOM, Союз музеев России, художники, религиозные сообщества

	одежды, модельеров, кузнецов; приглашенные художники				
Аудитории	Дети, школьники, курсанты, студенты, одиночные посетители, туристы, экспертные сообщества других городов, этнические сообщества и организации, дипломаты, статусные лица	Школьники, студенты, туристы, одиночные посетители, «энтузиасты- историки»	Туристы, ученые, племена, «посетители, зашедшие поцеловаться в дождь», молодежь	Широкая аудитория, горожане, курсанты	Дети, школьники, студенты, энтузиасты- религиоведы, люди с высшим образованием
Выставочная идеология	Воспитание, образование, выработка толерантного отношения к другим этносам, пропаганда экологических идей, выполнение планов Министерства культуры	Образование, продвижение идеи Гражданского общества; нейтральность в освещении исторических фактов; влияние на эмоциональност ь посетителя	Заинтересованнос ть в содержательных творческих проектах, упор на личные связи в создании выставок, упор на индивидуальность музейного сотрудника и посетителя, создание пространства диалога, важность медиа-среды и технологий, упор на молодежь	Разработка модели музея, чтобы выгодно представить себя как модно более широкой аудитории. Использование самых разных событий и творческих людей для этой цели. Баланс между максимальной публикацией фондов музея и выходом на широкую публику	Показ интересной темы для себя и для таких как ты, продвижение религиозных образов и связанных с ним дискурсов, выполнение планов Министерства культуры
Основные музейные	Администрация (директор, его	Администрация, методисты,	Администрация, отдельные	Главы функциональны	Администраци я (зам.

акторы	заместители, главы функциональных отделов), статусные научные сотрудники (заведующие научными отделами)	статусные научные сотрудники	научные сотрудники	х отделов (методисты)	директора по науке), статусные научные сотрудники
Сопутствующие мероприятия	Мастер-классы, выступления творческих коллективов, лекции, пресс-конференции с участием статусных лиц, научные конференции, экскурсии	Лекции, пресс-конференции, экскурсии	Экскурсии, лекции	Лекции, экскурсии, детские занятия, кино, постановки, перформансы	Выставочные программы, лекции, музыкальные программы
Источники и типологии	«Внешние заказы» государства и других партнеров, юбилейные выставки, научные интересы сотрудников	Близость юбилейной даты тематики музея, интерес со стороны посетителей, личные научные интересы музейных сотрудников	Творческий проект с партнерами, интерес научных сотрудников, юбилейная дата	Юбилейные даты, фондовая работа, продвижения музея (выставление «брендов» музея)	Юбилейные, направленные на празднование даты, концептуальные выставки, рождающиеся в головах у научных сотрудников



### Приложение № 3. Образец транскрипта интервью

**Информант С., жен., главный научный сотрудник, стаж работы в музее — около 48 лет** (выделение курсивом, полужирным шрифтом, восклицательные и вопросительные знаки – интервьюера; упоминаемые имена и фамилии заменены на заглавные буквы латинского алфавита).

Р – первый информант

Н – интервьюер

НН – второй информант

Р. Вот идет такая серия, задача которой – показ инструментов. Почему инструментов? Ну, там всяких приспособлений, инструментов и проч. Ну потому что у нас их большое количество в фондах музея и их никто никогда не показывал. Обычно если есть выставка по вещам, то инструменты там играют подсобную роль, ну например, если показывают изделия из дерева, то поставят один рубанок, фуганок какой-нибудь и все. А тут мы, когда деревообработку делали, вытащили все, эти самые, все, что у нас было, все инструменты, например у нас там рубанков – штук 30, мы все их поставили, все оказались они разные. Причем они идут не только по русским, но вообще по всем народам – как мы ее называем сейчас – территория бывшей Российской Империи – Евразия – вот и среднеазиатские, и сибирские и русские, и латышские, и литовские, и все инструменты. Ну и все думали, что они совершенно одинаковые, но на самом деле все они отличаются и именно **какая-то этническая такая**, маленький, но есть вариант, чтобы узнать, к какому народу принадлежит инструмент. Я думала, что они инструменты – она такие функциональное имеют назначение...

Н. мне тоже показалось, что они одинаковые с первого взгляда.

Р. Вы, наверное, не обратили внимание – но меха все разные – все это в зависимости от того, у какого народа они бытовали, или наковальня, например. Вот там армянская наковальня и русские – они тоже, в общем-то, есть такие детали, которые их отливают, ну вот. А вот эти все вещи, которые делают с помощью них, они должны были быть постольку-поскольку, как примеры работы ремесленников – ну и соответственно, фотографии были связаны с работой. Ну а потом, когда мы делали металл, нам дирекция сказала, что это некрасиво, одни инструменты, что вы вещей поставьте побольше, чтобы выставка была привлекательнее. Поэтому мы на этой выставке – хотя на первый план мы сделали инструменты – но там вещей побольше, чем на деревообработке, потому что когда делаешь выставку, нужно еще **рассчитывать на определенный контингент, кто будет на нее ходить**. Вот. На выставку только инструментов – это нужно было активную работу начинать, с колледжем, со школами, с уроками труда, то есть это должна быть большая работа вот этих менеджеров как их сейчас называют, Просветительного отдела, а если этой работы нет – то соответственно, каких-нибудь **дамочек наших** не больно-то и привлекают там, меха или что-то такое, рубанки. Вот. Поэтому, а так, поскольку у них мало народа, чтобы таким привлечением заниматься людей, которым интересны эти орудия труда, то на этот раз нас попросили **побольше поставить вещей, чтобы все ходили**. Не знаю, не спрашивала, ходят или нет. А следующая выставка у нас будет – мы полагаем – или – текстильная – прядение текстиля, или же вот эта – гончарное – посмотрим. Ну, наверное, она будет через год, нам дают площадку.

Ну как готовятся выставки? Сначала кто-то с кем-то договаривается. Ну, например мы с Х решили сделать выставку, нам показалось, она будет интересной. Потому если мы хотим в пространствах всего бывшего – бывшей Российской Империи – вот этой самой Евразии – тогда **мы идем к заведующим** и выясняем, кто там готов делать такие выставки. Вот. Потому что знаете, у нас тут все **дамы работают, в инструментах они совсем не разбираются**. У нас в Прибалтике работал парень, который все хорошо знал, но уволился. Поэтому нужно чтобы они еще согласились. В конце концов, компания собирается. От каждого отдела по человеку. Вот. После этого мы вдвоем или – называется *кураторы выставки* – разрабатывают концепцию. Вот концепция должна быть – более – менее обстоятельная. В которой цели-задачи, обычно – значит выставки, на каком материале строится ну и т.д. Потом – после того как концепция представлена и примерно – примерно – объем материала и какие вещи могут там быть – для того, чтобы выяснить, какие вещи могут быть и объем – мы перед тем, как писать концепцию, вот разговариваем с хранителями или с теми людьми, которые нам предложены поработать с ними. Ну для того, чтобы выяснить, а что в фондах у нас есть. Где много, где мало, потому что фонды неравномерны очень. В некоторых очень много материала, а в некоторых с гулькин нос, в силу разных причин – либо не собирали, то ли ремесла не было. Как например Сибирь: кузнечное дело имеет ограниченную территорию, только Южную Сибирь... То есть объем материала выясняется, что у нас есть, чего нет. Пишется концепция, после этого концепция подается в дирекцию – это где-то в ноябре месяце – обычно выдается вот эта вещь в ноябре, ну октябрь-ноябрь, когда составляется план выставочной работы. Она подается – сначала – идет разговор с зав. выставочным отделом (!), она смотрит концепцию, потом отдаем ученому секретарю – а ученый секретарь и зам. директора по науке обсуждают. И после того как они обсудят и решат, подходит ли эта выставка для нас – для музея или нет – передается все на утверждение директору. Они там сидят, обсуждают – зав. выставочного отдела, секретарь научный, зам. директора директор. Директор решает этот вопрос с подачи зам. директора. Если зам. директор заинтересован этой выставкой и зав. выставочным отделом – то она представляется директору. Ну, директор особенно. Он может согласиться с ней, или не согласиться. Но, как правило, он полагается на мнение зам. директора, если у него в этот момент каких-нибудь идей нет на тот зал, который выставка предполагает. Так в основном всегда принимается – с какими-то корректировками, там советы дают, что – инструментов поменьше, этого побольше. Мы как бы должны прислушиваться, но в данном случае мы не прислушались, и хорошо получилось (!). Такая эффектная.

Н. Мне понравилось, что было много инструментов.

Р. И они еще такие мощные. И художник их подал хорошо. Художнику нравятся орудия труда выставлять. Он опять говорит: **«сейчас опять бабьих тряпок натащите»** и он с большим энтузиазмом за инструменты принялся.

Ну вот. После того, как общий вопрос решается о том, что эта выставка состоится, этот процесс для всех выставок такой. Все выставки вот так вот идут. После этого решается вопрос, в каком зале. У нас залов выставочных не оч. много. Мраморный зал нам никогда не дают, **он нас кормит**. Там устраиваются выставки за большие деньги. А нам обычно дают либо 150 м, зал, или же у нас – при кинозале на втором этаже – и там тоже два помещения – сейчас их нет, потому что там архив перевезли на время ремонта.

Н. Там Ан-ский был.

Р. Ан-ский не помню, где был. Когда еврейскую выставку пройдете – там кинозал бывший – и там, в начале, небольшое помещение – и в конце кинозала. И там выставки

устраивались. Прямо на стенах кинозала, если они плоскостные. И вот – потом все угомонились, зал дали, после этого начинается уже работа над выставкой, то есть – ходим-смотрим фонды, у всех уже – более внимательно, вся наша группа. Группа обычно более 5 человек, больше не бывает. Ходим-смотрим вещи, отбираем, который с нашей точки зрения подходит для этого, составляем такие вот списки – (открывает ящик) – потом когда списки составлены – все, на это уходит – примерно, ну коцнепцию довольно <быстро> – если – на концепцию сколько времени может уйти – ну если выставка задумана давно и уже она в голове крутится – ну, неделю, нужно ее оформить в бумагу, но можно и покороче, в зависимости от того, насколько она созрела в голове у человека, а созревает она параллельно с другими работами. Ты специально не сидишь, не мечтаешь про выставку – **она как-то сама в голове**. Ну, концепцию можно за 2-3 дня написать, это зависит от вообще – от выставки, от многих факторов. А вот подготовка выставки – она примерно не меньше 5 месяцев – 4-5 месяцев.

Н. Ого.

Р. Да, не могу сказать, что это каждый день с утра до вечера, потому что есть еще куча всяких других работ. Но так вот, в общем-то, 4-5 месяцев уходит. Ну, иногда знаете, как делают. Нам, например, кузнечество сказали, что оно будет в сентябре, у нас было достаточное количество времени, чтобы ее подготовить. Тут меня вызвала зам. директора и говорит: «нет-нет» - в январе – давайте мы сделаем ее в марте – соответственно, у нас время на ее подготовку сократилось, что нашло отражение – не буду говорить какие там недостатки - но поспешность несколько мешает, сделать хорошую выставку – потом, если сроки короткие даются, то тут же еще некоторые вещи нужно отреставрировать. Надо договориться, в план реставрационный поставить. Нужно чтобы они отреставрировали эти вещи, а здесь у нас стоят, первичная реставрация сделана – почистили немного, пылесосами, тряпочками там еще, залепили, все. Вот. А если бы она была в сентябре, то вещи бы лучше подготовлены, но то, что там просили поскорее-поскорее – там тоже знаете. **Музей такой организм, которому все время на голову что-то сваливается, то из министерства** – поэтому часто происходят такие вот – **подвижки-передвижки**. После того, как мы все отобрали экспонаты – думаем, что их отреставрировали – вот – да, а когда мы ходим по фондам, обязательно с нами ходит художник, смотрит – что там отбираем что. И у него такой процесс идет, как эти вещи оформить – на бумажке ничего не оформляет – думает, как это все сделать, как оформить, размышляет, творец наш. Потом начинается монтаж. Вообще на такую выставку это монтаж не менее нужен 3-3,5 недель. Знаете, потому что – у нас вот художник наш – знаете – если приглашаешь со стороны художников, то они заранее делают такой вот – план экспозиции – где что будет стоять, лежать, смотрят экспонаты. У нашего У, у него другое видение этого дела, он так на ходу начинает соображать, какой шкафчик, какие вещи – и никакого письменного документа, хоть от него и требуешь – он, так сказать, отбрыкивается, он будет творить на ходу. И поэтому это значит выставка – ну вот монтаж он заключается не в том, чтобы поставить вещь на место и смонтировать, а еще и – план художественного оформления на ходу разрабатывается. Он может – «давай поставим сюда, эту наковальню» - пять мужиков не могут поднять, а завтра мы ее перетаскиваем в другой угол, потому что творчество такое, но мы к нему уже привыкли и работаем, хотя по-настоящему – план должен быть готов у него в письменном виде. Ну вот. Затем идет монтаж – знаете, у нас группа монтажников, которые хорошо сработались – надо сказать, что работают все замечательно – У и наша группа - все это происходит слаженно – и мы тоже там торчим. Ну вот. Параллельно с этим – этикетаж у нас

уже заготовлен заранее. Первоначальный этикетаж. Потому что когда хранители или авторы выставок по каждому отделу – участники - подбирают вещи, то они составляют такую вот – ну, этикетку, которые из описи выписывают всякие материалы, потому, когда уже экспонаты расставлены, то составляешь сводные этикетки на каждый раздел выставки – для того – может это и мелочи - вот для диссертации ни к чему. Но он монтирует сначала вещи не сразу на стенке – а сначала на щите или на бумаге в том порядке, в котором они будут. Я тут же с ним говорю – что сюда положить, то сюда - он начинает спорить «это не красиво». Но моя-то задача показать, как правильно, а он должен, учитывая как правильно, сделать так, чтобы красиво. И мы должны прийти к какому-то общему единогласию – с Маевским у нас все нормально идет. Иногда бывают и битвы – то есть там – так сказать в диалоге все это происходит. Но когда мы приходим к общему знаменателю и раскладываем все, как нужно – я списываю номера и зарисовываю картинку – тут топор, тут паяльник, тут меха – рисую картинку – **маленький монтажный лист для себя делаю и** номера. После этого, когда все сделано, я начинаю оформление этикеток. Оформление этикеток, ну вот тут с ними знаете разные всякие разногласия бывают. Дело в том, что в **традиции в нашей традиции** **давнего** музея этикетка должна быть подробной, надо написать место, название предмета, да, как он там называется на русском языке или там – армянский – какой-то предмет другого народа, не русского, то надо написать на языке этого народа название этикетки, как называется на армянском языке – или же кириллицей или латиницей – местное название. Это все берется в кавычки, потом тире, пишется русское название инструмента, для чего он нужен, потому что многие, кто приходит, не знают, вот, зачем этот инструмент. Потом датировку – относительную – или конкретную если есть. Потом вот – место – откуда происходит, вплоть до деревни – если это русские, украинцы, белорусы – Архангельская губерния, Холмогорский уезд, село такое-то, русские, и этикетка получается такая довольно длинная – и мы это так всегда делали, и на наших постоянных экспозициях, но в последнее время – да, но когда вещей много и когда не под каждый предмет делаешь этикетку, как это было в советские времена – а делаешь обобщенную этикетку – то такая этикетка получается большая, там полшкафа занимают описания, поэтому в последнее время доходим до минимального варианта – посмотрите, мы сейчас выставку сделали по собирателям – там этикетка – плакать хочется. Пишем «головные уборы, русские, XIX век». Это же такой сокращенный вариант этой самой этикетки. Ну вот. А после того как все этикетки сделаны – у нас есть спец. человек, который занимается версткой – Z в выставочном отделе. Отдаем тексты и этикетки – еще отдаем в издательский отдел (?), чтобы они нам там запятые, точки – такую литературную редакцию сделали. Вот. Ну, после этого отдаем Z – все это наклеиваем – обычно на пленке – правда это плохо читается – ничего там. У нас, почему так? Объясняется мол, что посетителю не интересно все читать, что он, мол, смотрит на вещи, а если предположим, мол, он заинтересуется – так и прочитает. А если не заинтересуется- ну значит не надо, и поэтому мы стали на пленке делать обобщенные этикетки, а раньше под каждый предмет. Теперь вот хотят в последнее время – насколько это правда осуществиться, не знаю, – затея финансовая – сделать дополнительные материалы как это делается за рубежом или в Оружейной Палате – там берется планшет и на планшете – ну вот электронный – на планшете фотографируется вещь, заносится она туда, в этот самый планшет, а рядом – пишется вся информация об этой вещи. Не только село, год и все прочее, а полная-полная информация, и плюс еще дополнительная информация. Там, семантические функции вещи, ее назначение утилитарное, символическое, всякое такое. Сюда записывается. И каждый предмет, таким образом,

фотографируется и заноситься в этот планшет и планшет ставится возле витрины, где-нибудь и если человек заинтересуется: полная информация об этом предмете – он там нажимаем кнопочку – костюмчик вылезает и все может прочитать. То такое новое направление в московских музеях – сама лично видела – и наш музей тоже вроде бы суетится на эту тему. Ну, суетиться можно, но это очень работу увеличивает для тех людей, который все это будут делать. То есть сроки подготовки выставки будут растягиваться, можно конечно сделать обобщенную, «меха», все, и описать, что это за мех, как он работает – ну и проч., во всяком случае, работа усложняется, удлиняется, зато конечно посетителям это будет интереснее.

Н. Не будет разрыва между семиотической системой внутри витрины – где вещи связаны – и если человек обращается туда, где дополнительная информация – у него два источника информации?

Р. Да, два источника и оба визуальных. Я тоже так думала – что же я буду туда бегать далеко. Но вот в оружейной палате – там сделано – такие длинные витрины – давно были?

Н. Да

р. Там такие длинные витрины и на нее - метров 5, наверное, 4-5 метров и на нее 3 планшета. А костюмов там – костюмы – XVII века - костюмов там – 8, по-моему, и плюс еще вот так вот вещи лежат. И знаете, у меня не было такой раздвоенности – как-то-то так интересно, там например, костюм из – Федора Алексеевича – рубаха – ее вытащили – из могилы, ну вот и такая там о ней интересная информация и я спокойно пошла и почитала и не только я, там довольно много народа читает. А если вот, например, есть металлические всякие вещи – подарки англичан русским царям и проч. Там один такой большой шкаф, метра 3, наверное, а на него один планшеток и так очень удобно стоять, то есть если это – сделать оно, конечно, во-первых, действительно не машет смотреть вещи, не мешает, оно в стороночке стоит, более полная информация, поэтому посетителю удобнее. Я вот в других музеях видела – в иностранных, так у них вообще нет – в *Д'Орсе* – там подписан – «*Ван Гог*», такая-то картина, а перед залом стоят компьютеры и там всю информацию про Ван Гога прочитать – это хуже, мне вот – московский вариант лучше понравился. Ну, вот говорят, что хотят – но у нас много чего хотят, но это надо в жизнь воплотить. Ну вот. Теперь когда мы делаем выставку, то там кроме тех авторов – которые занимаются ей, там есть еще **представитель выставочного отдела**, который открывает шкаф, закрывает – и он потом берет на ответственное материальное хранение все эти вещи – списки он получает. А всю документацию по музею – передают хранителю в отдел учета, а отдел учета оставляет списки этой выставки, которые потом сдаются в архив.

Н. Списки предметов?

Р. Списки предметов на выставки. Хранители передают им учетные карточки на те предметы, которые они выдали на выставку и в отдел учета, с этих предметов, с этих учетных карточек.

Н. А учетные карточки в научном отделе?

Р. Да, в отделе учета, но их подбирает – хранитель дает им список – и девушки сами по спискам подбирают учетные карточки и информацию вводят в компьютер, потом эти списки – «акты - приемки», «акты выдачи» хранители и акт приемки.

Н. Это из выставочного отдела? Ему выдается?

Р. Да, у нас там А принимает и В.

Но самые сложные выставки, когда много народа работает на них. Тому человеку, который курируют выставку - у него большие сложности возникают. Ты этикетку даешь, а

они пишут, чего в голову придет. Вот и куратор должен все это свести в одно целое. Ну, ну например, я прошлой выставке составляла этикетку на прялку и даю ей образец – по какому образцу нужно писать, где ставить точки, где запятые и что за чем должно идти. Например, название, потом – русские предположим, потом датировка, потом место бытования, трыт-ыты, даешь образец. Когда она тебе составляет этикетку по описи – там оказывается все наоборот, может быть – ну например я пишу что... И куратор все выверяет, выправляет, чтобы все как надо было, ну вот, потом сверяет все это, куда прилепить, куда чего, вместе с автором – если много людей задействовано, очень много дел, получается. Вот мы эту выставку – с X – кузнечество – и с того девушками правда они мало работали, но все равно – мы все 2 месяца мы в кабинете не были – все время там торчали – много времени уходит бесполового – ну там приходишь, художник думает, а ты стоишь рядом, потому что уйдешь, а он может все это привинтить и останешься со своим интересом. Там тоже толчешься. Он размышляет, а ты рядом с ним толчешься. Ну наконец, он создал свое произведение, и ты тут свое начинаешь создавать – это много времени – и вот все как все выставки строятся.

Р. Наташа, ты сможешь поговорить?

З. Не могу мне, этикетки нужно сдать Ратниковой.

Н. А вот еще на выставки была еще часть, связанная с современным кузнечным ремеслом.

Р. Вы знаете, мы решили как-то **свежую струю внести в наши экспонаты** – эти экспонаты – я имею виду не инструменты, а вещи, которые стоят в наших фондах, они честно сказать – жителям г. Петербурга несколько поднадоели – все эти вещи активно участвуют – ну они такие красивые хорошие – **поэтому если человек, который постоянно** ходит в музей наш, вот как я, предположим в Русский хожу, на все выставки постоянно – если такие люди есть, они уже все эти вещи видели-перевидали, и нам бы хотелось внести какую-то свежую струю, и мы договорились сначала: у нас была такая идея – собрать вещи – у нас в Петербурге довольно много кузнецов – вот, во всяком случае, мы около 7 кузниц нашли, где делают эти все вещи и мы значит решили что мы пригласим всех кузнецов показать свои изделия и даже первоначально хотели им половину зала отвести – вот, и плюс еще – в мухинском, как сейчас, в Штиглице – там еще есть кафедра – в которой готовят специалистов по металлу – художников по металлу – ну, вот. Теперь, когда мы стали с этими кузнецами – стали работать, ходить туда – этим не я занималась, это сторона дела X была – она молодая, приткая, ей все интересно, а мне еще и некогда. И она ходила по всем кузницам и фотографировала изделия, которые они делают. Но потом оказалось, что у кузнецов вещи для нашего музея не интересные – во-первых, они делают только садовые решетки и еще всякие – решетки на кладбища – кресты кладбищенские – могилы, решетки, которые, а если они делают что-нибудь, ну такое, какие-то вещи, более поинтереснее – они какие-то эклектичные – несовершенно, знаете, то под модерн какую-то штуквину сляпают – то есть еще что-нибудь, если предположим там один парень, он узбек или таджик, - так он там делает изделия в духе – восточного – но когда на это смотришь – ну совершенно не вяжется с теми вещами, которые у нас тут есть – они плохого качества – если так сравнивать с тем, что у нас там стоит, они плохого качества, такие, дилетантские, потому мы решили от кузнецов отказаться, а сделать только фотографии – у нас там видели, в планшете фотографии современных кузнецов, зато мы нашли такую благодатную почву в училище Штиглица – и мы там с зав. кафедрой договорились о выставлении вещей, которые они делали на протяжении последних 10 лет. Мы ходили – вот Z, и X – и отбирали те вещи, которые, причем Z поставил задачу, чтобы они не

выпадали, как бы из стилия выставки – чтобы они несколько были созвучны предметам, которые из наших фондов и вот отобрали. А у них назначение современное – там каминные, еще чего-то.

Н. В основном там произведения искусства.

Р. Да, они красивые, профессиональных художников. Когдаходишь, они хорошо смотрятся на фоне всей этой выставки – они хорошо вписались туда?

Н. Мне показалось что есть идейный разрыв, что там экспозиция произведения искусства – там гвозди и что-то сделано, или лицо из металла – а с другой стороны шиты или допустим, какие-то восточные жестяные сосуды для воды – мне показалось, что это разрыва между ними был, но может быть потому что я прошел выставку и только в конце увидел – может показалось, что ...

Мне показалось, что центральными были инструменты и они запомнились больше всего.

Р. Да, они очень эффектные. Но если бы Вы посмотрели изделия кузнецов петербургских, которые решетки делают, тут тоже – они вообще сюда никак, не это – ну не включались, хоть ты умри. А эти вот – «сели». Ну и как мне кажется несколько освежили нашу – какие-то дополнительные вещи вошли, которые мало кто видел, ну они там делают у себя, у них стоят, в муху там. А тут все-таки, пускай посмотрят. Причем они профессионально сделаны.

Н. Да.

Р. Эти наши вещи – очень профессиональные, профессиональных ремесленников в традиции, один лучше конечно есть, другие похуже, зависит от мастерства, да, такие. Ну вот.

Н. А экскурсии – туда водились?

Р. Экскурсии – да, должны водиться.

Н. А как вот?

Р. Это, значит, мы проводим занятие по экспозициям для экскурсоводов по этой выставке – Валентина рассказывала экскурсоводам, как это вот выставка и они должны водить эти экскурсии по этой выставке. Она будет стоять долго, до конца мая, это долго. Мы уже сдали все сделали, поставили точки, позанимались с экскурсоводами и только сказать – уже вот эксплуатируйте, как вы считаете нужным и это все, весь механизм – он хорошо отлажен и давно уже отлажен. **Все идет по такой вот – каждый, кто делает эту выставку – готовит, делает, воплощает, водит экскурсии, это все отработаны, как по накатанной дороге на лыжах** – все уже сделано – тут уже ничего. Какие-то бывают отклонения, исключения, но в принципе механизм сам уже налаженный, поэтому выставки довольно быстро делаются, и вполне нормально. У нас такой бывает затор – потому что Эразм, который занимается текстами, этикеткам и у него куча других дел и он по-настоящему мало времени, чтобы этим как следует заниматься, у него такое количество дел, что его – я имею в виду музейных, что его никак не отловишь на этом.

Н. он занимается щитами, рекламой?

Р. Нет, он хоз. делами занимаете, а этикетки и тексты – поскольку всучили, у него там другая работа вообще и потому, когда выставка большая – например, собиратели – то там, тексты и этикетки – нанимают человека, который все это делает – другого, не Z, а со стороны, по-моему, в Эрмитаже они берут.

А вот – вообще сам процесс – каким образом заказываются выставки, которые к нам приходят из других регионов – как ведется по этому – по договоренности с зарубежными

выставками – это вообще-то С хорошо знать должен, он у нас зам. директор по этим выставкам.

Н. А с ним можно поговорить?

Р. Ему всегда некогда, но его надо все время за хвост ловить. Это знаете, как сказать. Я только **нижнее звено**, с Z - мы вот делаем – как бы такой уровень наш – низкий. А вот более высокий уровень – на уровне С - договоренности, решения, принятия, и D, зав. выставочным отделом – они вот как **пирамида** такая – снаружи стоит – С с D, потом мы тут, ну и зам. директора – ну она мал. роль играет, только утверждает тематику, потом мы идем и выставочный отдел – у нас низший уровень, высший уровень.

Н. Вы говорите о зарубежных выставках?

Р. Вообще обо всех, **выставочной политикой занимается С.**

Н. А какую роль он играет о принятии решения по поводу металла?

Р. Он никакой – он конкретно решает роль, только тогда когда необходимо оборудования какое-то, предположим там, стенды, шкафы... там я не знаю какой-то материал, там это все, вот это решается на уровне – этого самого, Z и С, который знает разрешение, выдает там деньги, там, согласовывает какие там шкафы, какие витрины, подиумы, это идет там. Вот. А если это выставка предположим в другой город или предположим за рубеж то вот эти – так сказать главным человеком, который всем этим занимается – С и D, зав. выставочным отделом. Особенно зарубежные выставки или предположим к нам приезжает выставка, это тоже компетенции С, он с ними договаривается, когда что, на какой срок, такие общие вопросы выставочного дела – это С решает, а мы – я лично только делаю.

Н. А со временем скажем, с 90-х или гораздо раньше – с 80-70-, эта схема не менялась?

Р. Нет, она примерно, да, знаете, менялось начальство, там, то один директор, до другой, на моей жизни – **уже девятый V директор**. Вот дирекция менялась, а сам механизм – он так и работает, ну там какие-то улучшения идут, предположим, когда очень давно я вот начинала делать выставки – тут которые в музее – там мы все сами делали – да, это вот я, художник, группа, все добывали, и холст сами покупали для обтягивания и где-то раздобывали инструменты чуть ли не сами все это прикрепляли к стенкам, да. Ну вот, а потом вот специальная служба была создана – это стало конечно гораздо лучше, а вот это все разделение – выставки на разные части – кто чего делает, да – по-настоящему она сложилась, я думаю, с середины 90-х годов, может быть в конце 80-х годов, вот эта схема – механизм подготовки выставок – тех, которые в музее делаются нашими сотрудниками, наверное, где-то в конце 80-х годов сложился окончательно, **с тех пор директора меняются, а сам процесс** – вообще наш музей достаточно консервативный в том отношении, что у нас нет разрыва – нет такого существенного разрыва между старшим и младшим поколением, у нас в коллективе все время – как бы по возрасту – весь возраст есть – от 18-летних, 25 кому, 40, 50, 70, и поэтому вот это плохо, а может и хорошо – традиция она как-то передается от одного человека к другому, потому что если бы из такого звена вырвали кого-нибудь, ну хотя бы возраст от 40 до 50 лет, то есть, не было бы этих людей, тогда эти которые приходят 22 года они должны были бы все сначала начинать, а так как лесенка сохраняется постоянно, и вот, сколько я тут работаю – она все время возрастная такая лесенка – она все время существует, вот я когда пришла в музей – мне было 25 лет, да, 25 лет, когда пришла, тут очень много людей работало, которым было 35, 45, там еще – как мы говорили – «раритет», дамы были и мужчины – 70-80, все они там работали. И потому я когда пришла мне всю эту науку было легко осваивать, потому **что я все время работала под чьим-то руководством, пока сама не стала руководить**, теми, которые



моложе и поэтому многие механизмы – выставочные, скажем, или – хранительские, или традиции, как называть, они все живут и живут, живут и живут, они на каких-то этапах нарушаются. Ну новое поколение приходит, у них новый жанр в голове, но преобразование происходит в рамках, в рамках того, что было придумано – то, что уже не годится, отбрасывается, что годится – остается, ну, не знаю, как это объяснить, такой процесс очень естественный. Я когда вот пришла работать в музей, я застала людей, Крюкову, Студенецкую, которые пришла на работу в 1928 – 1929 годах, а они застали когда им было по 20-22 года, они застали людей, которые пришли на работу в 1916-1917 году. Вот. И они им передавали, а Татьяна Александровна Крюкова – она очень меня опекала, много чего рассказывала, как чего. То есть вот так вот все и усваивалось и вот это вот – в нашем музее, как я понимаю, и в Эрмитаже – у них тоже – традиция – они из поколение в поколение передается. В других музеях, предположим, какие-то пертурбация происходят – в областных, у нас еще редко увольняются (!), у нас увольняются ну как бы отсеиваются те, которые в общем-то и не нужны музею. А в основном, у нас все живут пока не помрут или пока не уйдут, нет текучки, как и в Эрмитаже, там тоже нет текучки. И соответственно традиции сохраняются, а в других музеях иногда вот смотришь – приезжал 5 лет тому назад – одни люди работают, приехал через 5 лет – другой народ работает. Тот уволился, этот пришёл и все давай сначала – и сначала все эти придумывают, Как им надо жить, как чего. А нас уже как бы научили. И мы учим. Это не значит, что вот так старшие держат за хвост – и говорят «не так не делай, надо только так делать» – такого у нас тоже нет, но они сами понимают. Я вот с Х работаем – ей 27 лет, я ей не мешают придумать то, чего она сама хочет, но все равно я же ее обучаю, или Е – она это запомнит, а потом свое новшество может придумывать, водить там, но все равно от той точки отталкиваясь. **А так вот, не знаю, может быть это я так только думаю, может другие по-другому считают**, но на выставках это очень отражается.

Н. вы сказали, что в конце 80-х было придумано?

Р. я так думаю, Е, когда выставочный сделали?

НН. Так он очень давно, он просто меняется периодически, еще Бабаянц была, то же.

Р. да, где-то середина 80-х годов, вот так. А до этого был Иван Иванович, один все про все, и зам. директора по хоз. части и больше никого не было, и мы все с ними ляпали, гвоздиками прибивали, а потом наладилось, **это можно проследить по документам архивным**. Там же есть штатное расписание – там же это все есть.

Н. в архиве еще не был.

Р. Это все в архиве. Еще там – выставки, сколько стояли, отчеты. Мои разговоры – просто так, а там же документы, которые – так сказать, как я в экспедиции – на диктофон собираю все, рассказываю, а потом еще корректирую, правильно ли мне сказали, но...

Н. мне как раз интересна сама жизнь вокруг выставки, как она делается.

Р. Это интересная работа, все делают с удовольствием. Я не знаю человека, который бы отбрыкивался от этой работы.

Н. А сама идея инструментов – она спонтанно появилась?

Р. Не помню. А нет, помню. У нас поступила большая коллекция – вспоминала – Жукова, был такой в Петербурге известный коллекционер Жуков, и он нам перед, он занимался много инструментов собирал, сначала он нам продал коллекцию, а потом передал коллекцию всяких инструментов – и плотницких, и слесарных, и столярных – и они все были русские. И мы вот всем отделом занимались их регистрацией и Кузнецова регистрировала и Оля Фонюкова тоже регистрировала. Ну вот и тогда идея и пришла – какие хорошенькие,

неплохо было бы их показать, я даже не думала, что можно показать, все в хорошем состоянии – хотели на выставку. Мы сначала хотели выставку сделать коллекционера Жукова, а потом все это зачихало, потом он умер, а потом мы вот – все-таки вот, я думаю, что оттуда это идет, а некоторые выставки рождаются – ну там, спускают сверху, иногда. Е, а императорские коллекции кто придумал?

НН. Французы заказали?

Р. Нет, не французы, это министерство придумало. У нас была выставка большим спросом за рубежом пользовалась – императорские коллекции в собрании музея.

Н. Это где были буддийские вещи?

Р. Не помню. Буддийские были – что дарили или покупали за деньги императорской фамилии. Не помню, кто ее родил. А вот у нас Казачество была выставка. Здесь, В музее. Года 4 назад и там участвовало 26 музеев.

НН. 35 музеев.

Р. 35 музеев, эту нам спустило министерство. Когда казачество вошло в моду там, его реабилитировали, трытытыты это министерство заказало эту выставку. Большая была, пользовалась успехом.

Н. а 35 музеев – это С организовывал?

Р. Да, не он один конечно. Это в основном была выставка русского отдела. Ее возглавляла как науч. руководитель – Е. Я в ней участвовала и F участвовала и потом нам еще 2 человека, из ГИМа прислали, то ли в помощь, то ли не знаю зачем, потом мы привлекали из Эрмитажа, из музея религии, из Гатчины и сами ездили-собирали ее по музеям. Я вот ездила в Челябинск, в Оренбург, НН – к донским казакам ездила, к астраханским казакам – договаривалась об организации выставки. А указания – из министерства спускалось – чтобы они поговорили, дали экспонаты и проч. Это министерство работало, а мы приезжали они знали, что будет министерская выставка. Красивая была, редкие экспонаты. А в Хабаровске маленькая вставка из остатков нашего музея и из Ростова, наши и Ростов. Артиллерийского?

НН. Нет, медицинского.

Р. Там то же есть.

Н. А выставка по собирателям это в честь юбилея?

Р. это знаете, это на нас **V** родил, он родил и он спустил и вы уж с G поговорите, она была куратором и участвовала во всех заседаниях. Вот. Наверное, у V были соображения, почему ее надо было сделать, а я не знаю, просто делала свой раздел русский и все. G больше знает. Из-за этой выставки у нас и кузнечество появилось в марте. В марте была выставка Дудина которая должна была стоять до июня. А Дудина сюда перенесли, а нас пихнули в марте, чтобы зал не пустовал, нас туда поставили срочно делать, хотя она предполагалась осенью.

Н. А потом что будет? после металла?

Н а какие выставочные проекты у Вас?

Р. В Гатчине делает G про императоров, как она называется?

НН. Это к Н. Куратор – она.

Р. Знаете, о перспективах более точно – I скажет.... Сейчас у нас еще в Риге будет выставка – Русский север, или что-то такое, и еще где-то, я просто знаете что, у меня других дел полно, и я это не знаю. Могу вас сейчас познакомить с J... А I довольно много выставок делал – Дорога была, нет, дорогу они только сейчас хотят сделать. Магия металла, не такую,

другую, праздники какие-то, но это было давно. Я еще была заведующей. Они еще были сотрудниками, молодыми и юными.

*Конец*

## Приложение № 4. Образцы дневниковых записей

19 ноября 2013

**Все упоминаемые имена и фамилии сотрудников музея заменены на заглавные буквы латинского алфавита.**

Сегодня в 11.15 мне позвонила А и сказала, что они ждут меня через полчаса и собираются носить вещи для новой выставки, посвященной 150-летию Самуила Мартыновича Дудина.

В 12.45 я подошел к музею, меня уже ждали и сказали заходить через главный вход. Я сдал пальто и прошел в зал, где стоит выставка в честь 400-летия династии Романовых. На втором этаже галереи А и В<sup>294</sup> уже ждали меня. Они сказали мне зайти в дверь слева от меня, там, оказывается, была небольшая дверца, которая вела вверх по узкой винтовой лестнице, на третьем этаже, куда вела эта лестница, находились жесткие фонды Средней Азии и Кавказа.

Описание 1. «Жесткие» фонды<sup>295</sup> – я впервые в них попал – представляли собой большое пространство, зал, который был заставлен металлическими полками до самого верха. На этих полках по нескольку штук, стояли предметы: кувшины, люльки, чаши, тарелки и т.д. Каждая из полок была подписана. И еще к ней крепилась бумага, на которой был указан номер предметов, который совпадал с номером учетных карточек, которые я видел в отделе научной документации. Меня удивило, что предметы стояли друг с другом, то есть не в отдельных шкафах, ни даже каждый на отдельной полке – а как бы грудой, вместе, также, как они лежали во временном фонде.

Когда мы пришли, хранитель этих фондов уже заканчивал сбор и отмечание предметов, которые нужно было взять на экспозицию. Мне доверили вместе с В нести большую детскую люльку, чуть подновленную, а затем – и большой пакет с чем-то еще. По дороге я спросил, данный зал – где планировалось устроить выставку – он большой или нет. В сказала, что 150 метров и что это – средний зал. Затем мы поднялись по ступеням и вошли туда.

Описание 2. В зале уже находились художники и монтажники. Их было 5 или 6 человек, причем одним из них отвечал за витрины и комнату, так что художников было 4-5. Там был главный художник, я знал, что его зовут С. Там было двое инженеров, как потом сказал один из них. Кто были остальные, я не знаю. На полу лежали три верха от юрты – большие круглые деревянные предметы. Чуть дальше лежал брезент, на котором находилось около десятка белых плоских досок длиной до полуметра. Как оказалось потом, они предназначались для того, чтобы сверху на них ставить эти верхи от юрт – так потом придумал художник С. По стенам находились витрины трех видов – высокие и глубокие, высокие и неглубокие и невысокие и неглубокие. Внутри некоторых из них уже были вставлены вырезанные деревянные полукруглые очертания, пытающиеся воспроизводить некоторые архитектурные элементы востока.

Мы положили вещи внутрь витрин и отправились за очередной партией. Когда мы пришли, А докрашивала (?) одну из люлек и глава фонда шутливо говорила: «вот видите, у меня люльку красит доктор исторических наук». Мы отнесли очередную партию и

---

<sup>294</sup> Елена Леонидовна

<sup>295</sup> Т.е., не текстильные фонды, жесткие фонды содержат предметы из дерева, железа, других металлов и т.д.

отправились за новой – на этой раз в другой отдел, за дверьми и сундуком. Этот отдел находился в другом крыле – полностью противоположном зале, где должна была проходить выставка. Туда нужно было заходить с улицы. Пока мы туда шли через музей, В дала мне теплую накидку из шерсти. В этом отделе – там тоже были залы с фондами. Мне показалось, что вещей там было немного, гораздо меньше, чем в фонде текстильном, где мы побывали позднее. В этом фоне все располагалось также, как и в предыдущем: железные полки, стоящие грудом предметы, на каждой полке номер, а также прикрепленная бумага с указателем, где какие номера искать. Мы взяли сундук, дверь и длинную сучковатую палку.

В последний заход присоединился еще и С. Там нужно было нести дверь, а некоторые ее части отходили и она играла.

Когда мы с В ждали С и человека, не знаю его имени, который ответственный за помещение, то я спросил В, почему именно такова концепция выставки, текстиль. В сказала, что потому что у А диссертация была по текстилю и она очень хорошо разбирается в этой теме<sup>296</sup>.

Затем мы донесли с некоторыми жертвами дверь до выставки. Они ее положили и сказали, что теперь нужно разойтись на обед. Кстати говоря, когда мы пришли, то посередине зала уже стояли скрепленные триады белых досок, на которые была помещена деревянная крыша от юрты (хорошо бы сделать фотографию). Причем ни В, ни А ничего не знали об этом замысле. Как иронично сказала потом А, именно художники были «элитой» и что сами музейщики в этом смысле зависели от того, как именно художники и монтажники увидят эту выставку.

Затем все отправились на обед, в том числе и я.

В 14.55 я подошел, здесь уже кипела работа. С уговаривал монтажников поставить между триадами досок стеклянные стены, а потом с другой стороны покрыть все это канатами – связанными растягивающимися скрепленными двумя слоями брусьев. Они долго спорили, что с этим делать, будут ли зрители как-то мешать этой конструкции, можно ли туда вовнутрь поместить халат или платье. С ругал большой автопортрет Дудина за то, что он был «страшилищем». Получилось так, что бригада художников и монтажников работала сама по себе, а музейщики – В и А – сидели в другом углу и обсуждали, какие вещи куда поместить и в какие витрины их лучше всего расположить. Их взаимодействие проходило в том аспекте, что А говорила: «ну давай-те так или так», пытаюсь задобрить художников и монтажников, особенно С. Видимо, они, правда, от него зависели. И он, правда, был очень талантлив.

Затем в 16.30 они все ушли и мы также. Мы еще говорили долго с А о традиции, о роли музея и еще о чем-то, но я сейчас так устал, что не могу даже написать сего.

## 20 ноября 2013

Сегодня я подошел в музей к 14.00. На входе показал пропуск – мол, практикант – вахтер махнула головой, и я пошел сразу в строящуюся залу. Там не было А и В, но были все художники. Вроде бы мое присутствие почти никого не смущало.

Художники пытались приспособить плетенки – канаты к пространствам между витринами. Выглядело это действительно очень красиво. Главный художник ходил и радовался своей идее. Как-то он в разговоре даже сказал, указывая на них, **что все это**

---

<sup>296</sup> Нужно отметить большую разницу между этой точкой зрения и тем, что позднее говорила сама А, что выставка посвящена текстилю, потому что текстиль – важный элемент в среднеазиатской культуре и собрании самого Дудина, который был без ума от него, особенно от туркменских ковров. Не знаю какая точка зрения ближе к истине, но текстиль и правда необыкновенно красив.

**рождается как бы само собой, он никогда не планирует с начала выставку, а создает все в процессе. Это, похоже, добавил он, на игру ребенка с кубиками.**

Художник (как потом сказал D, он был один на весь музей) и монтажники толпились вокруг плетенок, надевали и снимали их, затем сконструировали вторую «беседку»: то есть поставили на белые крашенные доски по три, расположенные углом, верх от киргизской или казахской юрты (B сказал потом, что это называется шангарах<sup>297</sup>) и долго приглядывались к ней. Затем художник начал прикладывать к белым доскам, которые образовывали своеобразные «колонны», белые отпечатанные фотографии из коллекции Дудина. Видимо это тоже была чистая импровизация. Но выходило, на мой взгляд, очень неплохо.

В этом время один из конструкторов выставки, который одновременно отвечал и за безопасность зала, из широкого и длинного куска красной материи вырезал квадрат, на которой должна будет стоять третья «беседка».

Затем пришла B и A и они начали говорить с художником. Было видно, что A не очень довольна: она вполголоса ругалась, что полукруглые темные очертания на серых панелях не подходят для выставления, что все вывешиваемые ткани будут с ней контрастировать. Затем они поговорили с художником насчет дверей – и он перенес их в другое место, справа от выхода (раньше они стояли слева, возле большого экрана).

Я смотрел на все это действие и меня удивляли следующие вещи:

- 1) Строительство выставки не было подчинено никакому плану, все создавалось в процессе: какие витрины ставить, какое оборудование использовать, какие экспонаты задействовать, какой декор поместить.
- 2) Строительство выставки не было подчинено своей первоочередной задаче – продемонстрировать реальность собранных Дудиным коллекций – сама логика предметов, их сочетание почти никак не влияли на то, что строилось, как и в какой очередности.
- 3) Строительство скорее имело свое основание именно в художниках и их видении, в некотором процессе вдохновения, которое накатывало на главного художника, чем в репрезентации тканей Средней Азии.
- 4) Последнее вызывало несомненный конфликт A как главного автора выставки, которая все хотела делать по плану и художника, который все пытался делать по вдохновению<sup>298</sup>.
- 5) Глядя на сам процесс строительства выставки, мне приходил в голову именно Латур или Хезерингтон, потому что у ног моих расстилалась гетерогенность: на стуле лежали экспонаты-ткани, рядом стоял старинный ткацкий станок, тут же стояли белые доски и лежал шангарах. Рядом ходили люди и что-то измеряли, отрезали и красили. Внезапно приходящая художнику идея меняла постепенно пространство. Всюду были следы краски и клея, экспонаты перемежались с инструментами, витринами и оборудованием, листы бумаги с надписями соседствовали со сделанными для выставки фотографиями. Если не знать, что здесь идет строительство выставки, **никогда бы не поверил, что эти вещи, приведенные в порядок, могут что-то реально означать и наводить кого-то**

---

<sup>297</sup> Причем, надо отметить, что сам художник этого слова не знал. После того, как он узнал, он стал играть с ним: «я тебе шангарах, а ты мне – кагэдэ...»

<sup>298</sup> Просто идеальный случай для Б-Т.

на мысли. А ведь это, все-таки реальные вещи, которые пытаюсь представить аудитории как рассказывающие о чем-то – в данном случае, о Дудине<sup>299</sup>.

- б) Влияние художника было несомненным: например, его овалы очертания напоминали восток, но на самом деле в тех местах (у Таджики и Узбеков), о которых рассказывалось на выставке, их не было (как сказала ТГ, архитектура была прямоугольной).

Завтра мы должны носить ковры, поскольку ковровая кладовая работает только один день в неделю, по четвергам.

Где-то в 15.00 мы вышли с выставки и отправились в мягкие фонды, где А и В собрали еще несколько тканей. Нужно отметить, что процесс отбора также не носил строгий научный характер, я имею в виду какой-то аргументированный спор по поводу того, что включать, а что нет в выставку. А говорила, вытаскивая одну из вещей: о, эта моя любимая вещь, давай ее возьмем, - давай, отвечала В. И еще вот эту, да, вот эту нужно взять обязательно!<sup>300</sup>

Когда управились со сбором вещей, они показали мне тушку беркута – которого они возили на все выставки, потому что он был в хорошей сохранности, он остался после кардинального ремонта большой советской экспозиции по средней Азии.

Я вспомнил, что на этой экспозиции есть еще конь, я спросил у них о нем. Они, вспомнив, начали долго громко смеяться. Когда его привезли, - говорила А, мы долго смеялись, потому что у него были огромные бельма и странная поза, словно бы он хотел в туалет. И вообще он был такой большой и неуклюжий, что мы подумали, что все хорошие скульпторы повымерли.

Далее, когда мы поднимались по лестнице, В сказала, что ей D рассказал о том, что я читаю протоколы закупочной комиссии, что его удивляет. И как-то мы вышли в разговор на то, чтобы В прислала мне свои экспертные заключения, которые она очень любит писать<sup>301</sup>.

Потом я встретил в коридоре Катю-секретаря, она дала мне опять замечательнейший архив Тенишева и я отправился его печатать. В то же время я сидел и мог слышать и видеть, что происходит в отделе документации.

1. Так, скоро пришла А и стала искать ящик с ковровой кладовой (получается, она не знала, где он находится?), чтобы, видимо, отобрать нужные экспонаты.

2. Одна из работниц, кажется Е, призывала всех отмечать новый год где-нибудь на катке или в боулинге или пойти всем в баню. Значит они ходят туда своим коллективом научного отдела.

3. Поднимался проблемный вопрос о том, что какая-то вещь видимо сломалась (видимо из русского отдела, потому что приходила Маевская) и нужно договориться с реставраторами ее починить.

Как бы других новостей было не так много.

## 21 ноября 2013

Сегодня к 12.00, как было и оговорено вчера, подошел к двери, ведущей в ковровую кладовую. Там я встретил В и Е – видимо, хранительницу ковровой кладовой. Скоро подошли А, Е, он же был экспертом по оценке кинжала и трости со скрытым клинком один из более

<sup>299</sup> Больше всего меня интересовал и интересует вопрос: на каком этапе куча старых непонятных вещей, доски, краски и витрины превращаются в пространственный рассказ о реальности?

<sup>300</sup> Это не значит, что они не знали вещей или не отбирали их научно – наверняка внутри себя они все эти вещи знали как свои пять пальцев, но – я уже несколько раз ругал наблюдение – мне их знания были ведь невидны!

<sup>301</sup> ЕЛ добавила, что любит писать экспертные заключения, потому что они позволяют лучше понять вещь.

ранних дней и G – высокий человек в кожаной куртке – последние были работниками этой кладовой.

Мы вошли в большую деревянную дверь, за нами также вошла I – главный хранитель, которая тут же изругала B и A, что они пустили меня, постороннего, без пропуска, в кладовую. «Чему Вы тут его учите» - сказала она.

Описание 1. Особая кладовая представляла собой большой зал с высокими потолками, в центре стоял большой деревянный стол, справа от него стояли длинные вертикальные жерди, к которым крепились свернутые ковры – было ощущение, что это – ниспущенные паруса. Таких рядов свернутых ковров было 5 или 6. Слева от стола стояли шкафы, а также там была лестница, которая вела наверх – к «трогательному второму этажу», как сказал F, один из хранителей. Рядом с большим столом стоял стол поменьше, на котором помещались разные инструменты и книга посещения, в которой мы все расписались: там нужно было указать дату посещения, цель посещения, откуда ты родом, фамилию и подпись. Слева от стола дальше была еще одна дверь, которая вела в очередную комнату, в которой лежали на полках ковры и были задвинуты ящики с коврами и другими тканями.

Цель нашего посещения состояла в том, чтобы по списку, сделанному A, там было 8 или 10 ковров, отобрать самые нужные им. Таким образом, ковры вытаскивались из шкафов, их разворачивали («где там ваш мальчик», - говорила E, хранительница кладовой), освобождали от тесемок и покрывал, смотрели их, если нравились, смотрели номер и подчеркивали в списке A и так далее. Один ковер оказался слишком большим (3 с чем-то метра) и его оставили. Кроме того, I сходила в это время в комнату, где строилась экспозиция (в местном фольклоре она называется «150 метров») и узнала, что мест, куда можно повесить ковры – всего 8 штук. Ковров отобрали 7.

После процесса выбора мы взяли ковры и понесли их в зал, где проходила экспозиция. Там мы сложили их сначала на стулья, а потом и в витрины.

Описание 2. Экспозиционный зал содержал в себе уже 3 «беседки». Шангарах одной из них прикручивали стальными цепочками и прибавляли их к белым доскам, чтобы сделать конструкцию прочнее. Это делали два монтажника-инженера. Рядом со стенками этих беседок уже были разложены фотографии, отобранные и расположенные главным художником. Сегодня он был не в духе. Так, они начали спорить с A о том, каким образом повесить ткани и он сказал ей: «Я работаю в музее уже 30 лет, я не меньше тебя его знаю». A не стала с ним спорить, видимо думая, что завтра его настроение может измениться. В любом случае, они отложили все вешания и разложения экспонатов на завтра. Кроме того, художники таскали красные большие доски неясно для чего, рядом с боковыми беседками были поставлены металлические палочки, на которые должны будут крепиться красные веревки и только центральную беседку планировалось сделать со стеклами, то есть закрытой.

Сам процесс почти не включал участия музейщиков, они должны были лишь приспособиться. Я подумал, что видимо нечастое изменение в выставках и экспозициях можно объяснить и тем, что приходилось спорить с главным художником, который был довольно своенравен и если бы ему что-то не понравилось, он бы мог и бросить заниматься выставкой, и тогда ее невозможно было бы сделать. Но, как говорила ТГ, несмотря на это, у него был чудесный вкус и она ему доверяла.

Кроме того, A решила и еще один сугубо практический вопрос: она попросила главного художника купить самоклеящихся лент («мама-папа» по ее выражению).



Наконец, они решили идти назад. Мы зашли в мягкий фонд Средней Азии и Кавказа, рядом сидел J – он работал в русском отделе, но перешел туда, очевидно, из Средней Азии, его, по словам В «воспитали». А показала мне фигура манекенов, примостившиеся между дверьми. А что-то там оставила и мы вышли оттуда. После этого я решил пойти пообедать и погулять по экспозиции (я подумал, что мне идти на строительство выставки было мало осмысленным: без А и В это было просто строительство, а мне было интересно, как они взаимодействуют между собой).

Затем я погулял по выставке народов Кавказа (осетины, в основном) и нашел, что она действительно построена по монографическому принципу: хозяйственная деятельность – орудия труда – жилище – убранство – культура. Хотя можно на этот счет посмотреть и иные экспозиции. Интересно, что почти на всей отделениях выставки были как предметы, так и фотографии, которые как бы включали этот предмет в общую картину того, что и как происходило.

Затем я пошел в отдел учета. Там D и K дал мне задание исправить неверные паспорта (около 50 штук) L, что я и сделал за полчаса.

Кроме того, я в перерыве составил небольшую таблицу мест музея и вещей, документов и людей, которые там присутствуют и что-то делают, можно будет как-то ее затем интерпретировать.