

Секция «Педагогическое образование и образовательные технологии»

Новая концепция музейного образования: факторы формирования.

Маликова Дарья Николаевна

Студент (магистр)

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н.Ельцина,
Екатеринбург, Россия

E-mail: daria.malikova@gmail.com

Социальные изменения последних лет, появление новых практик и навыков привели к тому, что сегодня речь идет о принципиальной смене модели взаимодействия культурных институтов с обществом. В настоящее время можно выделить ряд факторов, обуславливающих необходимость пересмотра отношений между музеем и посетителем. Первый фактор - растущая демократизация культуры и системы образования, длящаяся с периода «музейного бума» в 1960-х гг. и предполагающая, что учреждения культуры должны обслуживать интересы основной массы населения. Образовательная миссия музея состоит в том, чтобы сделать искусство более доступным для широкой публики, обеспечивая ее инструментами для понимания искусства. Для этого музейное образование должно строиться на принципах вовлекающей беседы, диалога, адаптируя дискурс к людям с различным уровнем культурной подготовки (Marion, 2015). Следующий фактор, тесно связанный с первым - развитие клиенто-ориентированного общества, которое сопровождается интеграцией рыночных принципов обслуживания в ранее сугубо социальный сектор. К. Скотт утверждает, что на место модели культуры как общественного блага встает модель культуры как индустрии, и происходит процесс «экономизации культуры» (Scott, 2000, с. 58-60). Музей вынужден активно включиться в конкурентную борьбу с альтернативными формами досуговых практик и использовать маркетинговые стратегии для привлечения публики, причем достижение баланса между запросами аудитории и работой учреждений культуры должно достигаться не только при помощи обучения, но и посредством изучения вкусов потребителей. Наиболее значительным фактором стало изменение информационной среды и сознания, связанные с распространением информационных технологий, и особенно с появлением Web 2.0. Во-первых, в условиях избыточности информации музей теряет в глазах публики свою ценность как первоисточник уникальной информации, поэтому образовательная функция музея должна переместиться с передачи готовых знаний на развитие на развитие навыков и компетенций, которые позволят существовать в изменчивой среде. Во-вторых, информационные технологии ответственны за процесс формирования современного визуального мышления, которое А. Г. Бойко характеризует как «информационно-коммуникационное видение» (Бойко, 2014, с. 12). В-третьих, трансформировались ожидания человека от любой формы получения нового опыта. В сферу культуры из информационных технологий пришел термин «культура участия». Он связан с бумом новых социальных интернет-технологий (Web 2.0), перестроивших связи производителя-потребителя информации. Перемены носят системный характер: интерактивные компьютерные технологии поддерживают развитие "культуры участия", но она не сводится к ним, они меняют мышление и ожидания человека в целом. Г. Дженкинс говорит о тотальности культурного сдвига от «культуры потребления» к «культуре участия»; ответом должна стать способность институтов культуры и образования переосмыслить базовые основания своей деятельности (Jenkins, 2013, с. 124-125). Центром музейной проблематики становится коммуникация с публикой/обществом, которая выступает мерилем успеха деятельности музея в целом. Принимающий модель культуры участия музей отказывается от роли безусловного эксперта и ставит во главу угла вовлечение и обмен. Он меняет роль аудитории с пассивной на активную и выступает в роли модератора культурного диалога, принимая от людей их символический

вклад в культуру и возвращая его в виде рефлексии и обозначения контекстов (Агапова, 2012, с. 15). Закономерным ответом на перечисленные изменения в социо-культурной ситуации, развитие представлений о месте и роли музея стал метод арт-медиации, пришедший в последние годы на Западе на смену предшествующим формам взаимодействия музея с публикой и обществом в целом. Наиболее широкая трактовка термина подразумевает под медиацией весь комплекс взаимодействия культурной институции с общественностью: музей принимает на себя роль модератора социально-культурной дискуссии, «поводом» для которой становится музейная экспозиция (Ангияма, 2014, с. 16). Арт-медиация в узком смысле, как метод взаимодействия музейного сотрудника со зрителем, рассматривается как важнейшая составная часть медиации. Медиатор - посредник - это человек, не дающий собственной оценки произведениям искусства, но участвующий в процессе ее формирования у зрителя. Суть арт-медиации - не в предоставлении информации, а в организации диалога и обмена мнениями вокруг произведений искусства, основанного на персональном опыте зрителей. В соответствии с идеей о культурной демократизации, работа медиатора строится в зависимости от специфики конкретной группы. Опыт проведения биеннале «Манифеста 10» в Санкт-Петербурге в 2014 году показал недостаточность интеграции зарубежного и российского опыта в области музейного образования и готовность российская системы принять методологические принципы, разработанные западными коллегами.

Источники и литература

- 1) Агапова Д. Культура участия: миллионы диалогов // Музей как пространство образования: игра, диалог, культура участия. / Отв. ред. А. Щербакова. Сост. Н. Копелянская., - М., 2012. - С.8-20
- 2) Ангияма С. Что такое арт-медиация? // Рабочая тетрадь арт-медиатора [Электронный ресурс]. - 2014. - Режим доступа: http://manifesta10.org/media/uploads/files/workbook_mediation_rus.pdf
- 3) Беззубова О.В. Теория музейной коммуникации как модель современного образовательного процесса // Коммуникация и образование. Сборник статей. — Под ред. С.И. Дудника. — СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2004. — С.418-427
- 4) Бойко А.Г. Современное искусство и новые поколения зрителей // Мама, прости. Я стану художником! Методологическое издание в рамках проекта «Территория творчества: арт-технологии в современном образовании». - КГАУ «Музей современного искусства RERMM». - 2014. - С.9-19
- 5) Jenkins, H. with Purushotma R., Weigel M., Clinton K., and Robison A.J. Confronting the Challenges of Participatory Culture. Media Education for the 21st Century. - The MIT Press Cambridge, Massachusetts / London, England. – 2013. - 145p.
- 6) Marion, V. Between cultural democratization and the preservation of artistic integrity : constructing cultural mediation for contemporary art. [Электронный ресурс]. - Электрон. журн., 2015. - Режим доступа: <http://chmcc.hypotheses.org/958>
- 7) Scott, C. A. Leisure and Change: implications for museums in the 21st century, Powerhouse Publishing and University Technology, Sydney – 2000. - 120p.
- 8) Simon, N. Participatory museum. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.participatorymuseum.org/>