**Глава 7. О научных целях и задачах массовых музеев**

В чём должно видеть специфичность их исследовательской работы?

На очереди — рассмотрение последнего из основных **пяти** вопросов характеризующих идейно-вещный профиль всякого музея, именно вопрос о **целях** и **задачах** учреждения и в частности, его **научно-исследовательской работы**.

Нелегко найти вопрос, более спорный и запутанный. «Для целей общего образования!» — так принято обычно формулировать задачи массовых музеев.

И, однако, не говоря уже о том, что ссылка на «общеобразовательные цели» неизбежно окружает нас неблагодарной ролью разъяснителя этого спорного понятия, — мы, оперируя с последним, рисковали бы остаться в области формальных общих мест и деклараций.

Но, как при разборе предыдущих четырех вопросов («Что?» — «Где?» — «Как?» — «Кому»?) отказ от общепринятых музейных схем содействовал внесению ясности в наши суждения, так и проблему «**Цели**» массовых музеев (по вопросу: «Для чего?») возможно уяснить лишь при условии отказа от штампованных идей и формул.

Именно к числу таких обманчивых или, во всяком случае, неполных недосказанных идей относится обычное определение задач самих работников музеев массового типа.

Хорошо известно, что обычно роль самих музейцев принято сводить к работе, либо собственно научной (собиранию и изучению научных материалов), — либо — регистрационной — охранительной (учету, каталогизации предметов), либо экспозиционной и пропагандистской в выставочных залах (или, вне последних!). И, однако, неизбежные в любом музее эти **три** раздела или функции совсем не специфичны для музеев **массового типа** и, обратно, самая типичная, диагностичная работа или функция последних оставляется обычно без внимания.

Эту характерную и специфическую роль музеев массового типа мы усматриваем **в изучении самих музейных зрителей и методов показа**.

Хорошо известно, что на фоне общепризнанных других разделов деятельности музеев, именно «научной» (со включением «собирания»), регистрационной, охранительной, пропагандистской, экспозиционной — «**изучение самих музейных зрителей**» и «**эффективности музейного показа**» уделялось до сих пор ничтожное внимание.

Достаточно напомнить, что из всех музеев, существующих в Москве, лишь два музея длительно систематически работали над изучением «музейных зрителей», а именно: **Музей** **Дарвина** и **Галерея Третьяковых**. Но нетрудно видеть, что такое небрежение к одной из самых актуальных и очередных задач любого массового просветительного учреждения является серьезным упущением, понятным только при формалистическом подходе к нуждам массового просвещения.

И пусть не скажут нам: *«А переполненные до отказа залы Третьяковской галереи, разве не свидетельствуют сами по себе о привлекательности их для масс, о силе, о могуществе художественной правды, о победе кисти и резца?».*

Но что сказать о режиссерах и военачальниках, которые, по одержании победы в театральном зале или на полях сражения, ограничились бы констатацией успеха, не пытаясь уяснить себе значения его отдельных факторов: сценичности даваемой пьесы, её внешней постановки, качества игры и дарования артистов или — в области военной — об оправданности применённой техники, стратегии и тактики. Довольствоваться «ростом посещаемости» современного музея, не входя в анализ подлинной причины этого успеха — значило бы уподобиться таким воображаемым стратегам или режиссёрам, действующим по принципу «При наличии успеха — нечего допытываться до его причины! Победители — не рассуждают!». Это — при наличии заведомой (хотя бы и не расшифрованной!) успешности музея, его массового посещения.

Что же сказать о тех музеях массового типа, посещаемость которых менее стихийна, а полезность — менее бесспорна!? Что сказали бы о фабрике, которая при выпускании своей продукции не задавалась бы вопросом о пригодности её для массового потребителя, о соответствии её с запросами, потребностями этого последнего? Казалось бы бесспорным, что решающее слово при оценке отпускаемой продукции принадлежит не продавцам, но покупателям, что как бы ни расхваливали первые свои товары, никакие похвалы не в силах устранить значение дурного отзыва о них со стороны фактического потребителя. Что бы сказали мы о ресторане, восхваляющем свои обеды, не считаясь с тем, что, вопреки обилию «меню» и роскоши подачи, потребители уходят с чувством голода и раздражения?!

Без изучения запросов, требований, формы и объёма восприятия нашего массового зрителя, в его различных «профилях» и категориях, — музеи массового типа угрожают очутиться в положении вышеуказанных торговцев или ресторанов, отпускающих своих клиентов раздраженными, голодными физически и умственно…

Но столь же очевидно, что решение этой задачи, — изучения «музейных зрителей» — возможно или, говоря точнее, плодотворно, лишь в музеях массового типа. И понятно, почему.

Это «обследование» потребителя — бесцельно для музеев собственно-научных: сомневаться в их полезности или доходчивости для учёных не приходится.

Не более полезно изучение посетителей музеев категории «учебных» и «профессиональных»: самый факт их «обязательного посещения» затрудняет указать, что в позитивных отзывах их потребителей подсказано исканием истины, что — домоганием дипломов, где — правдиво сказанное мнение, где — вынужденное лицемерие.

Только в **массовых** музеях и для **массового** посетителя проблема «экспозиции» имеет актуальное значение. Только здесь учитывание опыта в обслуживании зрителей и качество их отзывов содействует фактическому улучшению экспонатуры в направлении предельного согласования на ней запросов «лиц, предельно разнящихся по образованию и возрасту».

Для всех других музеев качество или методика показа малозначны потому ли, что любитель и знаток предмета сможет оценить его в любом показе, потому ли, что учащийся **обязан** одолеть предмет в любой подаче, потому ли, наконец, что для учёного специалиста техника подачи материала вообще неактуальна.

Но отсюда явствует, что вся теория и практика музейной экспозиции теснейшим образом увязана с проблемой «зрителя», что два этих вопроса «Улучшение музейной экспозиции» и «Изучение музейных зрителей» — только две стороны одной проблемы:

«**Экспозиция в музеях массового типа**»

**В этой двойственной задаче: изучения «вещи», как объекта массового восприятия, и «зрителя», как массового потребителя, и заключается важнейшая и специфическая научно-исследовательская работа каждого музея массового типа.**

Планомерно и критически исследовать различные приемы или формы вещно-образного претворения знаний для широких масс и разную доходчивость этих приёмов в отношении различных кадров посетителей — вот, как возможно сформулировать важнейшую **научную** задачу массовых музеев. И приходится лишь удивляться, как эта важнейшая проблема всякой просветительной работы только изредка и мимоходом возникала до сих пор в музейной практике.

Да и не только в ней. Достаточно напомнить, как страстно названный вопрос был выдвинут двумя новаторами в сфере умственной культуры. *«Я всегда думал*, — пишет **Немирович-Данченко,** — *что отмахиваться от неуспеха тем, что публика ничего не понимает — значит обманывать самого себя… Ищите виноватых в неуспехе в другом месте, в актере, в авторе, в режиссере: кто-нибудь из них, когда творил, не чувствовал резонанса, не имел там, в мозжечке, настроения зрительной залы»* **В. И. Немирович-Данченко**. **Из** **прошлого**, 1936. — С. 182).

А теперь послушаем другого, ещё более настороженно-чуткого к себе новатора искусства, человека, сочетавшего большое дарование художника с широким взглядом на своё служение обществу: *«О, если бы,* — так говорил **Крамской**, — *была возможность зафиксировать внимание зрителя раньше того даже, как он произнесет слово, обменяется мнениями с другими… Если бы когда либо это случилось, то мы знали бы больше, что такое творчество, искусство, не было бы так много хлама, искалеченных и больных, а главное — вредных художников»* (**И. Н.** **Крамской**. **Письма**. — Том II. — С. 140).

Перефразируя эти высказывания двух великих пионеров в области искусства, можно было бы сказать: *«Ищите виноватых в неуспехе ряда массовых музеев* ***не*** *в музейных зрителях, а в устроителях, в организаторах музеев: кто-нибудь из них, при выборе тематики и оформлении музейной экспозиции не чувствовал созвучия, настроенности музейных зрителей!».*

Чего он хочет и чего заведомо он избегает этот массовый музейный зритель?

Говоря общее: самое очередное, ценное и дорогое для музейца знание — не есть ли знание того, что именно, реально происходит с «публикой», с музейным зрителем? Не изучив этого зрителя, его запросов, чаяний и нужд, не зная, что его волнует и к чему он равнодушен, — Вам не реформировать работу современного музея… Самые благие помыслы или проекты не уберегут Вас от «провалов» или неудач и — что всего опаснее — от ложного успокоения на мнимых достижениях… И нигде, как именно в музеях массового типа, это «изучение зрителя» так подлинно доступно и осуществимо. И не в кино, не в публичной библиотеке, не на публичных лекциях, поскольку выбор книг и лектора — а этим самим и характер отзывов о них нередко предопределен заранее.

Только в музеях **массового типа**, в обстановке подлинной свободы и факультативности осмотров, можно говорить о подлинной проверке знаний, о контроле ценности музея, как «лаборатории» по изучению работником музея его массового потребителя.

При этом самое разнообразие состава массовых музейных зрителей делает то, что директивы, добытые в обстановке выставочных зал отчасти применимы также за пределами музея, будь то в классной комнате и в аудитории, будь то в литературной практике, при составлении учебников и популярных книг.

Короче, вся гигантская проблема о путях и формах приобщения масс к факультативным знаниям доступна уточнению, проверке и в широкой мере правильному разрешению только под сводами музея массового типа, как научно-экспериментальной базы планомерной разработки методов серьёзной массовой научной популяризации. Достаточно отметить, что не малое число грубейших промахов в методике подачи знаний — одни и те же, что в музее, что за кафедрой и в классной комнате или при составлении учебников и популярных книг. Можно уверенно сказать, что ни один музеец, изощрённый в экспозиционной практике, знакомый с требованиями массовых музейных зрителей, не допустил бы тех грубейших промахов, которыми полны наши учебники, и многие приёмы классного преподавания: наводнение первых — тусклыми, бездарными рисунками, вторых — не менее бесцветной вялой речью и обилием абстрактных образов или ненужных, ибо невоспринимаемых деталей.

Таково наше суждение о подлинной и специфической тематике **исследовательской работы** массовых музеев: изучение массовых музейных зрителей, как базы для научной разработки методов серьезной популяризации научных знаний для широких масс.

Эту важнейшую **научную** задачу массовых музеев, и при том диагностичную, можно считать за основную всей **музеологии**, той молодой науки, цели и задания которой столь же многозначны, как и самое понятие «*Музея*».

Полагая, что многоречивость эту помогли отчасти устранить предшествующие страницы, мы можем сформулировать их основной итог в двух следующих требованиях, обращённых к массовым музеям, как **исследовательским институтам**:

|  |
| --- |
| **Изучение предмета (вещи), как объекта массового восприятия**, и **изучение зрителя, как массового потребителя**. |

Или, еще общее: **разработка методов наглядной вещной популяризации научных знаний, опираясь о методику показа вещных образов в музее, но с переключением полученного опыта к работе, книжной, клубной, с кафедры и в классной комнате**.

Нас спросят: а все прочие задания и функции музеев, как они доселе понимаются и понимались: функции подбора, пополнения, систематизации, определения и собственно научного исследования **музейных** материалов, — какова их роль и место в общем плане творческой работе разбираемых музеев? Мы ответим: те же, что и до сих пор, лишь с тою разницей, что проводиться все эти работы будут параллельно «изучению **вещей**», как экспонатов, **зрителей** — как потребителей, с учётом их запросов, интересов и потребностей. Но как же быть, если отдельные предметы и тематики **не** поддаются претворению для массового зрителя, за специальностью проблемы и за трудностью показа? Темы этого порядка остаются в ведении «**исследовательских институтов**», объединённых с музеем под единой крышей, но не связанных **музейными** задачами и установками.

И только разграничивая так **исследовательскую** работу «института» и «музея» (персонально и топографически объединяемых обычно под одною кровлей) мы избегнем грубого смешения обоих, и необходимости навязывать научному работнику задач музейца даже при полнейшем равнодушии его к последним.

Но ведь числиться «музейцем» и чуждаться «массовой работы» столь же рационально, как считать себя врачом больницы и чуждаться, избегать общения с больными… Будем помнить: как не всякий ценный по себе предмет, поставленный в музее, превращается в «музейный», так и далеко не всякий деятель науки, приуроченный к музею, в праве называть себя «музейцем».

Только **органической увязкой** данного предмета с данной экспозицией, лишь претворением **объекта** в **довод**, в аргумент овеществленной мысли, можно превратить «предметы» или «вещи» — в «э*кспонаты*» для музея массового типа. Только увязав свою исследовательскую работу с выставочным залом, шкафом, полкой и витриной в форме, эффективной для обслуживания широких масс, включая одиночных зрителей — учёный, в частности музеец-краевед, становится музейцем массового ранга. Вне этой идейной и рабочей связи с выставочным залом ни один учёный, будь он самый выдающийся знаток «музейных фондов» или «полевой натуралист» — не в праве называть себя «музейцем», как бы длительно-упорно не работал он в стенах музея.

Таково принципиальное разграничение «научных институтов» и «музеев массового типа» на основе признака «необратимости», в том смысле, что исследовательской работой заняты, как те, так и другие, с той лишь разницей, что первые ведут её безотносительно к её показу массовому зрителю, вторые же — с упором на обслуживание последнего.

Словами одного крупнейшего творца науки можно было бы сказать: *«Чему конкретно и фактически Вы приобщились, находясь в музее — Вы, быть может, позабудете, но вдохновение, данное музеем, сохранится и пребудет с Вами навсегда!».* «И только?!» — спросят нас. «Но так ли это мало?!»— спросим в свою очередь и мы. Так ли ничтожен этот вклад науки в мир эмоций и культуру нравственного чувства? Только ли рассудку подчиняясь, двигались когда-то македонские фаланги, легионы Цезаря, орды Аттилы и Тимура, банды Писарро и Гиза, полчища Наполеона и Вильгельма, озверелые орды фашистских изуверов? Только ли велением рассудка вдохновлялась наша героическая армия на необъятном фронте от морей Балтийского и Белого и до Азовского и Чёрного? Они ли, эти только трезвые рассудочные убеждения руководили нашими бойцами при разгроме немцев под Москвой и Сталинградом? Или, обращаясь к сфере «мирного» труда, одни ли доводы рассудка направляли трубы Галилея, компасы Колумба, лезвия Везалия, весы Лавуазье, геологические молоток и заступ молодого Дарвина? И только ли бесстрастный разум вышел победителем из пламени костра Джордано Бруно, из застенка Галилея, гибели Гипатии, Сократа и обоих Беконов, гонения Декарта и Спинозы? Разве приговор истории над палачами и душителями умственной свободы и самоотверженность их жертв не оттенялись столько же безумной волей и обскурантизмом первых, как и героическим держанием вторых! И даже в случаях, когда несогреваемая сердцем мысль ничем не выдавала своего источника, — эти истоки порождались не одною логикой. Как будто за холодным разумом Сократа не таилось (наподобие «пламени котла, питающего холодильник») страстное искание истины и прозелитов, а в до жуткости сухом рационализме Спенсера — не укрывались эстетические цели, архитектонические устремления?! Но справедливое для гениев ума или героев сердца справедливо и для рядовых искателей разумных знаний, и для рядового массового посетителя музея.

Но ведь, если так — то как всего надежнее и проще разрешить эту сложнейшую задачу каждого музея массового типа: захватить **эмоционально** ум и сердце массовых музейных зрителей?

Мы подошли к важнейшему вопросу всей музейной, музеологической методики: к вопросу о соотношении начала **познавательного** и **эмоционального**, науки и искусства, содержания и формы предлагаемого знания. Не случайно так настойчиво напрашивалось в нашем изложении сравнение музейной экспозиций то с театральной сценой, то с киноэкраном, то с влиянием художественной речи и литературных образов.

Да и могло ли оно быть иначе, раз «**музей**» — есть форма и сама этимология этого слова подразумевает элементы внешнего изящества и эстетизма, говоря иначе: факторы эмоционального воздействия. Уместно здесь коснуться формулы, в которую обычно облекают специфичную особенность музеев, говоря, что сфера их влияния — оперирование с образами, образными восприятиями. «Музеи действуют посредством образов» — суждение справедливое, но, взятое, как таковое, ничего не говорящее, поскольку «образами» преисполнена любая сфера умственной культуры. Между тем, есть образы и образы: от примитивнейших каракуль выводимых некогда рукой неолитического человека до шедевров Сурикова и Серова, от чудесных полихромных анималистических рисунков древнекаменного века.

Существуют образы и «образы» и все различия музеев массового типа сводятся к определению и уточнения того, **какого рода** образы используются ими.

Перед нами — глубочайшая проблема о значении «научно-художественных» образов в процессе интеллектуального познания.

Не то — в науке. — «Ну, и что же?», «Что же отсюда следует?» — так именно *обязаны* спросить себя или руководителей музея его массовые посетители при виде изумительных орнаментов или окрасок бабочек и птиц естественнонаучного музея.

Очень может быть, что получаемый ответ не будет адекватен глубине вопроса. И, однако, постановка самого вопроса — есть первейшая обязанность музея массового типа, неотъемлемое право его массового посетителя. Отсюда — колоссальные значение и роль художественных образов и эстетического элемента в области науки и её отображения в музее.

Захватить внимание его зрителя, увлечь его **эмоционально**, чтобы на основе чувственного восприятия в его ярчайшей форме, заронить **идейно-познавательные** интересы, — такова ближайшая задача или роль искусства и художественных образов в научно-массовом музее.

Заронить любовь, влечение к умственной культуре, пробудить живую любознательность у массового посетителя, — вот, в чем первейшая задача всякого музея массового типа, а не в том, чтобы законченные, навсегда усвоенные знания…

Углубить запросы и расширять кругозор, раскрыть сияющие дали и сверкающие пики умственной культуры, приобщить к идейным радостям, дотоле чуждым — такова реальная задача всякого музея «массового типа», а не в том, чтобы снабдить музейных зрителей определенным грузом обязательной «учебы».

Сказанным определяется решение той основной проблемы техники музейного показа, о которой говорилось выше, именно: **соотношения содержания и формы массовой экспонатуры**.

Раз главнейшим фактором музейно-массового восприятия является воздействие на чувство и эмоционально-волевую сферу зрителя — включение момента эстетичности в методику показа делается **нормой** обязательным условием экспонатуры всюду там, где познавательная значимость объекта недостаточна, чтобы заставить позабыть об «оформлении» подачи.

Но нетрудно видеть, что такое положение лишь подтверждает основной итог анализа проблемы «массовых музеев» — примирения на той же экспозиции запросы лиц, «предельно разнящихся по образованию и возрасту».

**Преобладание эмоции над интеллектом** в деле восприятия музейных образов умом и сердцем «массового потребителя» — этот важнейший вывод нашего анализа лишь подтверждается конкретным изучением музейных зрителей. Этот последний чаще и охотнее бывает склонен воспринять банальную идею в яркой форме, чем глубокую и новую идею, поднесенную томительно и тускло. Установка эта явным образом напоминает театральную. Как при сценическом искусстве самые банальные идеи, претворяясь в яркой, увлекательной игре артистов, «забирают» зрителей и заставляют позабыть лежащие в основе пьесы «прописные истины», так и в музейном зале массовый музейный зритель Вам простит банальность мысли при талантливом её показе, но он не простит Вам тусклой и бездарной формы, опресняющей великую идею.

Раз ближайшая задача или роль искусства в массовом музее — приковать внимание к объекту для познания его **идейной ценности**, то там, где содержание предмета ярко и волнующе по существу — там отпадают стимулы и поводы для прибегания к особенным художественным формам или методам подачи. Сказанное поясним примером.

Стоит лишь вообразить, что воплотилась в жизнь мечта Жюль-Верна, Циолковского и А. Толстого, что преодолевши межпланетные пространства, человек узнал бы, что не он один является владыкой видимого Космоса. Допустим, что дошло до нас известие о подлинных аборигенах **Марса**, о реальных «Аэлитах», об их подлинном, реальном облике и «быте». Повествуя о так таких «открытиях», музейцам незачем особенно заботиться об «оформлении» показа, ибо независимо от такового наш музеец не рискует услыхать от посетителей музея жалобы на недоходчивость подачи «Марсиан»: настолько содержание «экспозиции» окажется самодовлеющим и самоценным.

Но ведь сказанное о гипотетических властелинах Марса в несравненно большей степени относится к земным властителям над миром умственной и нравственной культуры, гениям ума и воли, пионерам правды и добра, борцам за истину и право… И ружье «**Оленина-Толстого**», и пробитое эсеровскою пулей платье **Ленина**, и гипсовый отлив руки, писавшей «Песнь о Соколе» — в Музее **Горького** — не более нуждаются в «художественном оформлении», чем самолет в Музее **Чкалова** и **Скрябинский** рояль, родивший звуки «Прометея»…

Давняя знакомая альтернатива: **либо самоценность и волнующее содержание самого предмета — и тогда вопрос о «форме» делается беспредметным; либо — зазывательно-волнующее оформление, призванное пробудить внимание к предметам, мало говорящим массовому зрителю, но от того не менее значительным по содержанию.**

В этой последней оговорке заключается фундаментальное условие работы массовых музеев, специфическая их оправданность. И в самом деле. Взятые, как таковые, внешняя декоративность и «нарядность» формы, свойственны целому ряду массовых культурных и «культурных» учреждений. Здесь достаточно напомнить театре, цирковой арене и эстраде. В чем же их отличие от подлинных музеев массового назначения?

|  |
| --- |
| Мы думаем не ошибиться, заявив, что экспозиция музеев, предназначенных для массового посещения, должна быть одновременно  **значительной по содержанию**, |
| **волнующей по форме**, |
| **воспитательной по установке**. |

Но как раз в последнем факторе, моменте «**воспитательном**», мы склонны усмотреть решающий ингредиент этой «триады».

Эта старая, как мир, проблема «**воспитания**» и в частности моральной стороны его, быть может никогда не чувствовалась так остро, как именно в переживаемое время столь решительной переоценки всех моральных норм и установок.

Никогда значение и роль людского воспитания не понимались так разноречиво, как теперь.

Достаточно напомнить, что ещё недавно «воспитание» заканчивалось средней школой и такое выражение, как «воспитать студента» — прозвучало бы насмешкой. Но не то теперь, когда попытки «воспитания людей» грозят продлиться до их гробовой доски: настолько в силу исторических условий, в наши дни, воля отдельных лиц подчинена суровым требованиям коллектива. В то же время никогда ещё стремление людей к свободе, к личной инициативе, их протест против опеки или менторства, не пробуждались так настойчиво и властно. И, однако, хорошо известное в быту, это сложнейшее соотношение двух норм, общественной и персональной, отражается особенно наглядно именно в музеях, как **орудиях общественного воспитания**, и на музейных зрителях, как «воспитуемых». Понятно, почему. Факультативное для массы, посещение музеев названного типа сочетается у нас с определенной **нормой** усвоения их содержания: Не просто знания, «почтённые», «полезные», но лишь даваемые в **нормативном освещении** — такова задача каждого советского музея массового назначения. Отсюда — колоссально возрастающая роль этих музеев, как орудий социалистического воспитания широких масс и претворения науки не в словесные лишь лозунги, но в действенные убеждения.