***Воробьёва И.В., кандидат культурологии, доцент кафедры культурологии Белорусского государственного университета***

**Внедрение анимационных элементов в деятельность музеев как инновационная форма социокультурной активности**

*В статье рассматриваются примеры использования анимационных форм в деятельность музеев, обосновывается необходимость смены форм традиционной музейной работы, обращается внимание на потенциал анимации в туризме, Автор анализирует как зарубежный, так и отечественный опыт применения анимационных форм в музейной деятельности. Данный подход к трактовке музейной работы является новаторским на современном этапе.*

*This article discusses the possibility of introducing animated forms into the activities of museums, substantiates the need to change the forms of traditional museum work, draws attention to animation in tourism, presents both foreign experience and domestic application of animated forms in museum activities. This approach to the interpretation of museum work is innovative at the present stage.*

На современном этапе выставочная и музейная деятельность все в большей степени стремится отвечать потребностям посетителей. Еще в недавнем прошлом многие музеи работали традиционным образом, в основном занимаясь исследованием и сохранением культурных ценностей. Если в них и проводились экскурсии, то были достаточно специфические. В настоящее время музеи более открыты для посетителей, ориентируясь на удовлетворение их культурных потребностей.

«Главная цель ориентации на посетителей – удержать их на длительное время после первого прихода в музей. Речь идет о том, чтобы мотивировать людей, живущих в каком-либо городе или часто в него приезжающих и регулярно посещающих музей. Причем посетители должны приходить не столько ради выставок, сколько ради мероприятий, быть вовлеченными в программу музейной коммуникации. К средствам удержания посетителей, в частности, относится регулярное информирование об актуальной программе музея (через рассылку, интернет, социальные сети и т. д.), возможностях членства в кругу друзей музея, сервисе, льготах, финансовых стимулах и т. п.» [1, с. 109].

Традиционные формы контактов с посетителями все больше и больше уступают место новым, прежде всего интерактивным методам работы. Модель интерактивности предполагает музейную коммуникацию с посетителем, а не хранение, как это было ранее. В музее под интерактивностью следует подразумевать диалогичные отношения посетителя с экспозицией и создание особой среды, с которой посетитель может вступать в непосредственное взаимодействие (желание, как минимум, потрогать). Интерактивность в музее – это противоположность пассивного восприятия информации. Интерактивность должна способствовать стремлению к познанию посетителями.

Если обратиться к исследованиям по данной проблематике, то следует отметить присутствие группы ученых, которые занимаются научно-теоретическим обоснованием анимационной деятельности (Курило Л. В., Ярошенко Н. Н., Гаранин Н. И. и др.), вторая группа исследователей посвящает свои работы музейной деятельности (Юрнеева Т. Ю., Равикович Д. А., Рубан Н. И. и др.). Между этими двумя областями научного знания, несомненно, возможно соединение и взаимовыгодное сотрудничество.

Цель – рассмотреть анимационные формы и элементы в деятельность музеев как способы привлечения внимания посетителей к экспозициям.

Термин «анимация» имеет теологическое происхождение, он вошел во французский язык в XIV в. В академическом издании «Сокровища французского языка. Словарь языка XIX–XX веков» «анимация» определяется как «… действие, направленное на то, чтобы наделить жизнью, вдохнуть жизнь» [2, с. 106].

На современном этапе в обиход вошла педагогическая и музейная анимации. Педагогическую анимацию рассматривают как процесс работы педагога с ребенком по вовлечению последнего в познание и творческое использование музейных объектов. В свою очередь, музейная анимация подобна педагогической, с той лишь разницей, что распространяется на всех посетителей музеев не зависимо от возраста.

Дело в том, что в ХХ в. интерес к такому виду социокультурной активности снова же возник во Франции, когда власти увидели, что население теряет интерес к культурному наследию. Но мы все прекрасно понимаем, что вызывать интерес к восприятию ценностей или памятников культуры можно только создав вдохновляющую атмосферу. Заставить любоваться произведениями искусства невозможно. Это – с одной стороны, а с другой – узко профильная, или специализированная информация очень быстро утомляет аудиторию. В связи с этим необходима постоянная смена деятельности. В-третьих, музеи – это закрытые пространства, что тоже способствует утомлению, в силу того, что нет возможности отвлекаться на реалии окружающей среды.

Таким образом, анимационная деятельность может выступить альтернативным вариантом социокультурной коммуникации в музеях. «Понятие ˮсоциокультурная анимацияˮ включает в себя многообразие проблем, связанных с организацией свободного времени, с производством и усвоением культурных ценностей, с досуговым общением и т.д. К числу основных сущностных черт социокультурной деятельности можно отнести включение в занятия на добровольных началах в соответствии с принципами личного интереса и внутренними побуждениями; отношение к деятельности как к потребности; обмен не продуктами деятельности, а самой деятельностью» [3, с. 27]. Понятие социокультурной анимации можно определить в качестве деятельности, которая призвана способствовать поддержанию внимания и интереса на объектах, применяя различные методы взаимодействия с ними.

В настоящее время все больше анимацию связывают с туристической деятельностью как своеобразную услугу, целью которой является повышение качества обслуживания, и в то же время – это своеобразная форма рекламы, форма повторного привлечения гостей и их знакомых, преследующая цель продвижения туристического продукта на рынке для повышения доходности и прибыльности туристического бизнеса. Анимация сегодня становится характерным туристическим продуктом или необходимым элементом туристических программ, реализующихся в системе свободного времени. Во время путешествия меняется социально-культурная среда туриста, активный вид отдыха основывается на взаимодействиях человека с природой или историческим наследием.

Анимационные команды в гостиницах, санаторно-курортных учреждениях, туристических базах взаимодействуют с гостями в течение дня. Утром они могут организовать игры, эстафеты, спортивные соревнования, днем – пригласить на творческий конкурс или постановку с участием гостя, вечером поразить публику красочным шоу, дискотекой, танцевальным конкурсом и клубом знакомств. Очень важной составляющей работы аниматоров является дифференциация по возрасту. Другими словами, детский и взрослый ассортимент программ разный. Детей могут научить рисовать, плавать, лепить, печь пироги или вместе с аниматорами отправиться увлекательное путешествие в мир сказочных и мультипликационных персонажей.

Очень часто работники анимационных служб перевоплощаются в образы популярных героев сказок и кино. Они используют костюмы, атрибутику и даже изменяют голоса и поведение.

Согласно Закону Республики Беларусь от 12 декабря 2005 г. «О музеях и Музейном фонде» Республики Беларусь: «Музей – юридическое лицо или структурное подразделение в составе юридического лица, которые обнаруживают предметы музейного значения, комплектуют музейные фонды, осуществляющие учет и хранение музейных предметов, изучение и популяризацию музейных предметов и музейных коллекций» [4]. При этом основными функциями музеев являются формирование и сохранение их фондов, а также воспитание и формирование моральных ценностей посетителей. В рамках статьи рассматривается вторая функция музейной деятельности, которая заключается в поиске наиболее приемлемых форм социокультурного воспитания населения через музейные фонды.

Новые потребности общества поставят музеи перед необходимостью расширения спектра присущих им функций и введения новых форм их реализации. Социальные функции музея тесно связаны между собой и находятся в непрерывном взаимодействии. С одной стороны, можно выделить экспозиционную деятельность музеев, которая реализуется в рамках сбора, изучения и демонстрации музейных объектов. С другой – музею присуща так называемая культурно-образовательная деятельность, которая призвана вести работу с населением. Наиболее распространенные формы музейной социокультурной активности – это экскурсии и лекции.

В связи с тем, что досуг населения все больше и больше начинает проходить в музеях, а также потому, что музей становятся в определенной степени коммерческим объектом, призванным к зарабатыванию денег, изменяется его и экспозиционная, и социокультурная деятельность. Музеи стремятся к тому, чтобы стать более привлекательными для посетителей, создать интерактивные объекты, воспроизвести обстановку той или иной эпохи, они используют звуковые, визуальные или иные спецэффекты. И конечно, ищут различные формы своих мероприятий.

Специалист в области музейной педагогики М. Ю. Юхневич выделяет 10 базовых форм: «… экскурсия, лекция, консультация, научные чтения (конференции, сессии, заседания), клуб (кружок, студия), конкурс (олимпиада, викторина), встреча с интересным человеком, концерт (вечер, театрализованное представление), праздник, историческая игра» [5, с. 169].

Ведущей формой культурно-образовательной работы музея является экскурсия. В сборнике научных трудов «Терминологические проблемы музееведения» дано определение: «Экскурсия – коллективный осмотр музея, достопримечательного места, выставки, объекта природы и т. д. по определенному маршруту под руководством экскурсовода с познавательными, образовательными, научными и воспитательными целями, а также для удовлетворения эстетических потребностей при использовании свободного времени» [6, с. 118].

Музеи используют в своей деятельности такие формы работы с посетителями, как викторины, конкурсы и олимпиады. В большинстве своем они актуальны для детей и подростков, для которых пассивный осмотр музеев часто бывает скучным и неинтересным. Современные дети и подростки при посещении подобных заведений стремятся не только созерцать, но и быть включенными в процесс. Например, многим школьникам понравится при посещении художественного музея порисовать, участвуя в конкурсе на лучшую копию какого-нибудь известного полотна.

Не менее привлекательной культурно-образовательной формой работы музея будет организованная встреча с художником, дизайнером и другой популярной личностью. Концерты и кинопоказы, художественные или музыкальные вечера, или салоны, театрализованное шоу – это примеры форм музейной работы с посетителями, которые можно назвать анимационными.

На базе музея могут функционировать и различные студии или клубы. Клуб отличается тем, что функционирует по принципу самоорганизации, разрабатывая устав, программу и план деятельности. Все, его посетители, становятся членами и выполняют определенные правила. На базе музея можно создать «Клуб благородных девиц и доблестных рыцарей», «Клуб любителей природы», «Клуб приверженцев хороших манер», др.

Но самое главное, о чем обязано помнить руководство музеев, что вся их деятельность должна отвечать потребностям посетителей. Изучение спроса на те или иные мероприятия, анализ проводимых мероприятий, ведение социальных сетей и постоянная обратная связь с посетителями – те реалии, без которых невозможно осуществление деятельности ни одного объекта культуры. Музеям просто необходимо держать руку на пульсе и постоянно контактировать с гостями, а также искать новые необычные формы работы. Музей в современном мире не только обучает и информирует, но и развлекает, а также дает возможность реализовываться. А анимация является интересной и содержательной формой музейной работы. Можно обратить внимание на иностранный опыт анимационных программ в музеях.

«Анимационные программы в музеях стали утверждаться в музейной практике с 1970-х гг.» [7, с. 116]. Большое распространение они получили в музеях под открытым небом. Ярким примером могут служить программы, включенные в фольклорные праздники, получившие широкое распространение в архитектурно-этнографических музеях-заповедниках. Особой известностью пользуются фольклорные праздники, ежегодно проходящие в музее-заповеднике «Кижи». Стоит отметить программы «Строим Покровский собор вместе» (Государственный исторический музей, филиал Покровский собор, Москва), где дети после специальной экскурсии строят из картона масштабную (1:50) модель Покровского собора. Подобная работа дает возможность детям освоить технику строительства, понять и даже прочувствовать структуру памятника, его объем и пространство, проникнуться конструкторскими особенностями.

Ярким примером использования анимационных программ в своей деятельности является Музей истории мира в Ливерпуле. Там регулярно проводятся анимационные программы. Предлагается посетить программу мексиканской культуры, в ходе которой можно научиться мексиканским танцам и выступить с профессиональными танцовщицами. В музее есть возможность научиться рисовать древние египетские иероглифы. Проводится экскурсия с элементами анимации «Аммониты и Белемниты», где изучаются древнейшие вымершие беспозвоночные, а после предоставляется возможность сделать модель одного из них своими руками. Большое распространение анимационные программы получили в интерактивных музеях. Сам принцип работы подобных музеев отчасти является анимацией. Экспонат является интерактивным, если его можно потрогать, почувствовать и ощутить. Однако и в таких музеях проводятся программы, которые охватывают определенную тематику, а не задействуют все экспонаты. Ярким примером служит Центр науки «АХХАА» в г. Тарту (Эстония). Своей главной задачей АXXАА считает знакомство широкой аудитории с естественными науками.

Изучение предлагаемых зарубежными музеями услуги приводит к следующему выводу: нетрадиционный подход к работе привлекает большое количество посетителей, делает музей привлекательным для более широкого круга людей. Распространение анимационных программ в экскурсионной деятельности музеев затруднено в силу сложности их исполнения. Ведь они требуют не только обладающего актерскими способностями руководителя, но также специального пространства и материально-технической базы.

Анимационные программы в музеях Республики Беларусь в настоящее время не получили такого широкого распространения, как за рубежом. Однако многие музейные учреждения уже успешно внедрили эту форму работы с посетителями. В музеях проводятся анимационные программы, экскурсии с элементами анимации, театрализованные проекты.

В связи с коммерциализацией всех общественных отношений и существенными изменениями во всех сферах жизни общества музеям стало необходимым видоизменять свою работу, чтобы соответствовать реалиям времени.

В музейной практике появились такие новшества, как оригинальные макеты, действующие старинные механизмы, театральные постановки, мини-концерты, ролевые игры, примерка народных или исторических костюмов, компьютерные гиды по основным объектам экспозиции. Например, Государственный музей истории театральной и музыкальной культуры Республики Беларусь включил в экскурсию показ традиционной белорусской батлейки, который не оставляет равнодушным никого из посетителей и дает представление о белорусском народном кукольном театре.

Государственным литературным музеем Янки Купалы в Минске разработана и активно внедряется анимационная программа «У пошуках папараць-кветкі» для разных категорий посетителей, в основу которой положена игра-викторина. Многие учреждения досуга проводят анимационные программы в праздничные дни. Такая практика является достаточно распространенной и популярной среди посетителей. Например, «Замковый комплекс «Мир» и Национальный историко-культурный музей-заповедник «Несвиж» предлагают посетителям как разработанные к различным праздникам анимационные программы, так и тематические образовательные и развлекательные программы для разных возрастов. Нередко театрализованные представления приурочены к определенным юбилейным датам, народным праздникам. Большое количество музеев и этнографических комплексов применяют на практике анимации на свадебную тему. В Мотольском музее народного творчества экскурсанты знакомятся с важнейшими этапами свадебного действа и проникаются в секретами создания свадебного каравая. Многие музеи проводят театрализованные свадьбы с настоящими женихами и невестами. Для новобрачных устраивается фольклорный праздник с обязательным включением народных игровых и познавательных элементов. Большой опыт организации анимации, воспроизводство различных ритуалов, театрализация торжеств и праздников в народном стиле накоплены в Музее материальной культуры «Дудутки». Один из древнейших белорусских праздников «Гуканне вясны» проводится в Белорусском государственном музее народной архитектуры и быта (Минский район, д. Озерцо). Список примеров можно продолжать.

Заключение. Многообразие форм работы с посетителями обусловлено изменением в понимании функций музея в обществе, которое заставляет музеи искать новые, нетрадиционные формы работы. Учитывая современные потребности общества, музей переносит основную нагрузку в своей работе с посетителем с «образования и обучения» на «развлечение и организацию досуга».

Подводя итог, следует отметить, что анимация в музеях является нетрадиционным подходом в работе, что привлекает большое количество посетителей, делает подобного рода учреждения интересным для более широкого круга людей. В этой связи современным музеям все в большей степени необходимо стремиться к экспериментам с формами работы с потребителем, расширению кругозора как детей, так и взрослых. Не надо бояться изменения парадигмы музейного пространства, технологии работы с экспонатами. Все большая интерактивность показа выставочных пространств станет способом привлечения внимания людей к музейным экспозициям, что будет содействовать формированию устойчивого желания продолжать знакомство с экспозициями.

1. Музеи как центры образования в ΧΧΙ веке : практ. пособие / К. Юллиг [и др.] : под общ. ред. К. Янеке. – Минск : Промпечать, 2012. – 180 с.

2. Imbs, P. Trésor de la langue française. Dictionnaire de la langue du XIXe et du XXe siècle (1789–1960) / P. Imbs, B. Quemada. – Paris: Éditions du CNRS, 1994. – 545 c.

3. Стрельцов, Ю. А. Культурология досуга / Ю. А. Стрельцов. – 2-е изд. –М. : МГУКИ, 2003. – 296 с.

4. О музеях и музейном фонде Республики Беларусь : Закон Респ. Беларусь, 12 дек. 2005 № 70-3 : в ред. Закона Респ. Беларусь от 3.07.2011 г. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2011. – № 78. – 2/1833.

5. Юхневич, М. Ю. Я поведу тебя в музей : учеб. пособие по музейной педагогике / М. Ю. Юхневич. – М. : М-во культуры РФ ; Рос. ин-т культурологии, 2001. – 223 с.

6. Нагорский, Н. А. Музейные термины / Н. А. Нагорский // Терминологические проблемы музееведения : сб. науч. тр. / ЦМР ; редкол. А. П. Витушкин [и др.]. – М., 2004. – С. 112–128.

7. Юренева, Т. Ю. Музееведение : учеб. для высш. шк. / Т. Ю. Юрнеева. – М.: Академический Проект, 2003. – 560 с.

*Статья поступила в редакцию 28.01.2019*