

РОЛЬ МУЗЕЙНОЙ ЭКСПОЗИЦИИ В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Культурная спадчына, менеджмент, маркетынг. Іх роля ў развіцці музея: матэрыялы навукова-практычнай канферэнцыі (Мінск, 1 снежня 2009 г.) / Нацыянальная бібліятэка Беларусі. – Мінск, 2010. – С. 25-29.

Байтасова А.Р., Байтасов Р. Р.

Привлечение посетителя в музей является одной из главных задач любого музея. В настоящее время у потенциального посетителя большой выбор досуговых услуг и посещение музея не стоит на первом месте. В таких тяжелых условиях каждый музей решает возникшие проблемы по-своему: одни — сдают площади в аренду на увеселительные мероприятия, различные презентации; другие — проводят ежегодные праздники «Ночь в музее» и т. д.

Так как Белорусский государственный музей народной архитектуры и быта является бюджетной организацией, финансирование уменьшилось до минимума, акцент стал делаться на деятельность музея как на источник дохода. В связи с этим перед музеем встала задача — увеличение количества посетителей за счет улучшения качества предлагаемых услуг и товаров при условии не увеличения, а даже сокращения штатных единиц. Инструментом, который позволяет не только определять, прогнозировать и удовлетворять нужды потребителей музейных услуг, но иногда и эффективно влиять на формирование этих нужд, является музейный маркетинг. Музейный маркетинг включает два стратегических направления:

1. Позиционирование музея и его деятельности.
2. Презентацию и продвижение конкретных товаров и услуг.

В качестве «товара» музей своим потребителям может предложить экспозиции и выставки.

Создавая экспозицию, музейные работники должны помнить какую историю она будет рассказывать. При этом надо найти баланс между своими открытиями и открытиями посетителей. Только интересные и познавательные экспозиции привлекут в музей посетителя, где он сможет не только отдохнуть, но и почерпнуть что-то новое. Адекватное ее замыслу и воплощению постижение требует от посетителя умения самостоятельно, творчески осмысливать предлагаемое пространство, создавая личностные смыслы.

Феномен музея являет собой одну из наиболее развитых и традиционных моделей обращения к прошлому для будущего. Действительно, посещение музея может выступать в качестве ритуала, актуализирующего прошедшее время. Сегодня это активно используется в работе музеев для того, чтобы в сознании посетителя происходила историческая инверсия, которая «локализует в прошлом такие категории, как цель, идеал, справедливость, гармоническое сочетание человека и общества и т. п.» [2].

Иными словами, в музее посетителем должна быть осознана триада «прошлое — настоящее — будущее», что помогает ему определить свое место в социально-временном пространстве. Это может произойти благодаря тому, что пространство исторических экспозиций музеев заведомо выделено из пространства обычного за счет особых принципов своей художественно-образной организации и функционирования. В музее создаются уникальные условия для того, чтобы посетитель мог переключать свое обыденное восприятие пространства и времени в иной регистр. Музейная экспозиция провоцирует этот акт переключения, т. к. она ориентирована на «эффект присутствия» [1], иными словами максимальную приближенность к определенной исторической

эпохе, отдаленной от настоящего времени.

К этому априорно готов и посетитель, приходящий в музей. Предполагается, что человек, погруженный в музейную среду, «выключается» из современности, приобщаясь к реалиям прошлого времени и отыскивая в ней опору для будущего.

Общеизвестно, что в основе исторической экспозиции лежит объективно-информационное начало, на котором строится ее образная система. Центральное место в ней занимает образ Времени представляемой исторической эпохи. Документальная достоверность и художественная образность как равнозначные составляющие музейной экспозиции служат фундаментом воспитательного и образовательного процесса в музее [5].

Перед научными сотрудниками Белорусского государственного музея народной архитектуры и быта стоит нелегкая задача: создать музейный образ прошлого, конца XIX — начала XX в., выдерживая при этом историческую достоверность — идейный и зрительный стержень. Надо учитывать особенность музея под открытым небом. Музей-скансен — это средовой музей, максимальная реконструкция исключает творчество. Поэтому при создании экспозиции возникают сложности:

- показать образ Времени, при этом заинтересовав посетителя;
- не все музейные предметы могут найти свое место в экспозиции по двум причинам: первая — предмет не должен нарушить целостность экспозиции, второе — резкие перепады температурно-влажностного режима не должны содействовать ухудшению физического состояния предмета.

Таким образом, сегодня задачи в экспозиционной и выставочной деятельности музея видятся в следующем:

1- В раскрытии новых тем посредством создания новых выставок. Временное, связанное с сезонностью использования носителями культуры (с/х, семейно-обрядовой, праздничной и т. д.) акцентуации одного или нескольких экспонатов.

2. В совершенствовании существующих экспозиций: пополнении новыми предметами, не меняя заявленной темы экспозиции.

Сотрудники музея при создании экспозиции стараются учитывать все сложившиеся факторы. При этом каждый отдельный памятник народной архитектуры, отдельный интерьер представлен в экспозиции как единое целое, как продолжение, дополнение друг друга.

Создавая интерьеры крестьянских изб, музейные предметы находятся в своем уголке обычной жизни, вступают в привычные взаимоотношения, создается атмосфера эпохи. Например, в памятнике народной архитектуры «Веночный двор с деревни ВолеваДубровенского района Витебской области» прослеживается несколько тем в экспозиции: традиционный интерьер конца XIX — начала XX в., дубровенская керамика, народный строй (костюм), но при этом посетитель воспринимает все в целом, у него не складывается впечатление разобщенности экспозиции.

Безусловно, весьма интересным и перспективным является показ истории через индивидуального человека, через личность. Возникающая при этом коммуникация, субъектами которой являются две личности — человек иного исторического времени и современный посетитель — в значительной степени меняет характер восприятия экспозиции.

Осмотр экспозиции в чем-то родственен ритуалу созерцания храмового убранства. Интерьер православного храма строится экспозиционно-образно [4], храмовое действо включает в себя момент театрализации, о чем писал П. А. Флоренский. Экспозиция воспринимается синкретично, превращает посещение музея в «ритуал», позволяющий «гармонизировать, собрать воедино знание, эмоцию и символическое действие человека» [3]. Таким образом, и авторы в процессе творчества,

и зрители в процессе восприятия музейной экспозиции имеют дело со сложными художественными структурами пространственно-временного характера.

Однако только эмоционально выразительная экспозиция, несомненно, будет вызывать интерес у посетителя.

Литература

1. *Бабенко, В. С., Махлина, С. Т.* Виртуальная реальность в музейном деле / В. С. Бабенко, С. Т. Махлина. — СПб., 1997.
2. *Бахтин, М. М.* Формы времени и хронотопа в романе / М. М. Бахтин // Вопросы литературы и эстетики. — М., 1975. — С. 297.
3. *Гнедовский, М. Б.* Музейная коммуникация и ритуал // Музееведение: Некоторые проблемы исследования современной культуры: Сб. науч. тр. РИК. — М., 1997. — С. 40.
4. *Флоренский, П. А.* Храмовое действо как синтез искусств / П. А. Флоренский // Иконостас: Избр. тр. по искусству. — СПб., 1993. — С. 283—305.
5. *Шляхтина, Л. М., Мастеница, Е. Н.* Образовательная миссия музея в XXI веке / Л. М. Шляхтина, Е. Н. Мастеница // Произведения искусства в образовательном процессе. Международная науч.-прак. конференция. 5—7 апреля 2000 года. Тез.докл. — СПб., 2000. — С. 114—115.