

МУЗЕИ И ИХ ЗАДАЧИ (КРАТКИЙ ОБЗОР)

Современные музеи уже давно отказались от своих первоначальных целей. Для удобства посетителей при древней школе Теофраста, Ликей в Афинах, основанный Аристотелем, уже существовал Museion с коллекцией работ не только известных философов, но и выдающихся государственных деятелей. Позднее эту функцию взяли на себя крупные собрания, например Лувр, Прадо и другие государственные музеи, а также множество частных коллекций мелких правителей и зажиточных семей среднего класса, где были представлены ценные вещи, основным предназначением которых было удовлетворение тщеславия частных лиц, аристократии, монархов и стран. Несмотря на то что за период, прошедший со времен эпохи Возрождения, были сформированы коллекции экспонатов, организовано их хранение, показ и частичная консервация, лишь в XX ст. был открыт образовательный потенциал выставочной деятельности.

С момента создания в 1946 г. Международный совет музеев (ICOM) регулярно корректирует и обновляет определение понятия «музей». Согласно определению, представленному в буклете ICOM «Основные понятия музеелогии» под редакцией Андре Девалье и Франсуа Мересс (2010), «музей — это некоммерческое, постоянное учреждение, призванное служить обществу и его развитию, доступное для широкой публики, которое занимается приобретением, сохранением, исследованием, популяризацией и представлением материального и духовного наследия человечества и окружающей его среды с целью изучения, образования и удовлетворения духовных потребностей».

Популяризация культурного достояния имеет давнюю традицию, истоки которой восходят к турам по городам, замкам и монастырям. Например, замок баварского короля Людвига II Херренкимзе уже через несколько лет после его смерти быстро превратился в активно посещаемый туристами объект благодаря экскурсиям, организованным местным населением. В 1920—1930-х годах музеи стали заниматься подготовкой специалистов-гидов, которые обеспечивали проведение структурированных экскурсий. Примерно в середине 1930-х годов в Меркишес-Музеум (Музей Бранденбургской Марки) в Берлине даже был установлен граммофон, который проигрывал запись информационного сообщения для посетителей, которую можно считать прообразом современных аудиогидов. В те далекие годы информация обычно излагалась в свободном виде, т. е. не предполагалось, что посетители во время экскурсии будут задавать вопросы или каким-то образом взаимодействовать с гидом.

В начале 1960-х годов специалисты начинают систематически уделять внимание музеям; были разработаны экскурсии по выставкам, сначала для взрослых и гораздо позднее — для детей и подростков. Тенденции развития определяли прежде всего музеи истории культуры. Например, уже в 1970-х годах. Немецкий музей в Мюнхене стал поощрять посещение выставок молодежью. Взаимодействие с посетителями активно поощрялось и к руководству обратились люди, заинтересованные в образовательном процессе. Сегодня крупные музеи невозможно представить без музейных педагогов. Они разрабатывают тематические экскурсии, создают специальные

помещения для изучения и сбора легендарных музейных экспонатов, а также создают программы для исследования артефактов. Сегодня музеи и музейные педагоги выполняют важную роль в системе образования, в связи с чем следует упомянуть в качестве примера немецкий общенациональный проект «Школа и музей». Музеям намеренно передаются для освещения определенные темы, например, процесс изучения истории Холокоста осуществляется с помощью часто обновляемых выставок в центрах бывших концентрационных лагерей. То же самое относится и к другим видам человеческой деятельности и историческим эпохам, таким как античный период Римской империи или Средние века. Многие специализированные музеи выполняют свои функции в качестве внешкольных образовательных учреждений и приобретают все более широкую популярность. Образовательные программы в музеях создаются не только для постоянных демонстраций, но также и для отдельных специальных выставок, которые имеют своей целью прежде всего проведение школьных занятий, что дополнительно способствует усилению взаимодействия между школой и музеем.

Программы, посвященные внешкольному образованию, можно найти в музее практически любого типа. В то же время музеи спорта, которые лишь в последние годы стали выделяться в отдельную группу, составляют исключение в этом плане. Здесь мы имеем в виду не многочисленные коллекции, поддерживаемые спортивными клубами, а музеи, которые имеют тематическую или культурно-историческую основу, связанную со спортом, и действуют в соответствии со стандартными рекомендациями ICOM. Как правило, они имеют национальную (например, *Musee National du Sport* — Национальный музей спорта в Париже) и/или олимпийскую ориентацию (например, *Deutsches Sport & Olympia Museum, Koln* — Немецкий музей спорта и Олимпийских игр в Кельне) или Музей спорта и Олимпийских игр Катара.

Коллекционирование материального и нематериального наследия и сохранение этой коллекции — одна из первых и главных задач музеев в целом и, конечно же, музеев спорта или Олимпийских игр в частности. Обращаясь снова к брошюре Девалье и Мересс, музейную коллекцию можно определить как «совокупность материальных или нематериальных предметов (произведения, артефакты, предметы интеллектуальной деятельности, образцы, архивные документы, свидетельства и т. д.), которые отдельный человек или организация собрали, классифицировали, отобрали и сохранили в безопасном месте и обычно предоставляют для ознакомления меньшей или большей аудитории в зависимости от того, является коллекция частной или публичной».

Вследствие своей направленности спортивные музеи обычно собирают предметы, имеющие малую экономическую ценность, но обладающие большой социально-исторической значимостью. Таким образом, хотя ICOM и не выделяет музеи спорта и Олимпийских игр в отдельную группу, их можно отнести к историческим музеям. В отличие от музеев искусства, где центральная роль принадлежит объекту (экономическая ценность, исключительность), музеи спорта используют обучение в развлекательной форме для информирования, просвещения и развлечения своих посетителей. Они привлекают свою аудиторию с помощью предметов спорта, мультимедийных презентаций и даже реальных мероприятий. Политика формирования коллекций обычно следует этим принципам, выходя за рамки идеи «искусство ради искусства».

Возникает вопрос о типе объектов, которые предполагается включать в коллекцию. Ответ и прост и сложен одновременно: каждый объект, прямо или опосредованно связанный со спортом, представляет потенциальный интерес. Это могут быть медали, дипломы, значки, спортивная форма и снаряжение, но и входные билеты, видео- и аудиозаписи, видеодиски, фотографии, а также нематериальные объекты, в частности интервью. Музей не может собирать все подряд и поэтому приходится делать выбор. Объекты, с которыми связаны определенные события, более интересны по сравнению с объектами без внутреннего содержания. Коллекция не может охватить все виды спортивной одежды, которая использовалась за последние десятилетия, но она должна сохранить футболки и обувь знаменитых спортсменов. И хотя невозможно установить четкие правила, определяющие политику формирования коллекции, можно дать ряд рекомендаций, призванных помочь музею определить объекты, содержащие в сжатом виде определенную информацию и потому представляющие для музея ценность (т. е. соответствуют направленности коллекции).

В ходе определения информационной ценности объектов можно воспользоваться следующими ключевыми вопросами: является ли объект документальным свидетельством

истории Олимпийских игр в целом;

истории национального спорта и его культурных аспектов для заинтересованной группы лиц;

истории личности, связанной со спортом (спортсмена, официального лица, болельщика, зрителя, журналиста и т. д.), спортивной ассоциации или клуба;

спортивного события международного (наивысшая ценность объекта), национального (высокая ценность) или местного (высокая или незначительная ценность) масштаба;

значительного развития спортивного снаряжения (материалов, производства и др.)?

Чем больше позитивных ответов можно дать на эти вопросы, тем выше вероятность того, что объект обладает музейной ценностью и соответствует направленности коллекции. Однако, если музей ставит себе цель проиллюстрировать тот факт, что совершенствование плавательных костюмов послужило причиной новых мировых рекордов, то для определения музейной ценности объекта будет достаточно положительного ответа всего лишь на пятый вопрос. Но он не может быть включен в коллекцию даже при наличии положительных ответов на все пять вопросов в ситуации, когда в коллекции уже имеются идентичные или подобные объекты.

Важно собирать и доставлять в музеи объекты не только из прошлого, но и из настоящего. Например, если в Катаре организован первый женский велопробег, необходимо получить для музея желтую футболку победителя с его подписью, поскольку это событие, по словам Эдди Меркса, «вошло в историю арабского мира». Благодаря приобретению экспоната такого рода можно обогатить коллекцию, но кроме того, она станет документальным свидетельством неуклонного развития спорта в стране Катар.

Не следует пренебрегать коллекционированием билетов, медалей, плакатов, марок, вымпелов, талисманов, значков или билетов с подписями, особенно если мотивом к коллекционированию является стремление к полноте коллекции, редкости экспонатов или иные личные побуждения. В музее спорта важную роль играют не только поддержание и расширение коллекции, но также и другие факторы, но первостепенным являются показ экспонатов и популяризация идеи, которую они отражают, иначе говоря, предметы должны нести в себе определенное сообщение для посетителей. Следующие примеры могут проиллюстрировать важность этого положения.

В мае 2006 г. Немецкий музей спорта и Олимпийских игр получил в дар футбольный мяч марки «Kabul Star», который на первый взгляд ничем не отличался от многих его копий. Историческое значение этого предмета было связано с самим по себе дарственным актом, который был осуществлен Организацией помощи Афганистану г. Падерборн (Paderborn Afghanistan Aid Organisation). Эта организация принимала активное участие в процессах восстановления страны, в частности оказывала поддержку социальным и образовательным проектам. Мяч был одним из первых в серии спортивных изделий, произведенных в Кабуле, с целью дать возможность детям и молодежи Афганистана играть в футбол. До того времени футбольные мячи были практически недоступны для населения страны. Небольшое их количество из первой партии было подписано самим Президентом Хамидом Карзаем, что придало истории еще большую значимость. Этот мяч по сути сам рассказывает свою историю, которая не нуждается ни в каких объяснениях.

Многие спортивные экспонаты взаимозаменяемы (такие как обувь, спортивная форма, вымпелы) и не обладают исторической важностью, если только не связаны с определенными личностями или событиями. Никто не станет отрицать, что футбольные бутсы, производившиеся фирмой Адидас в 1970 г., сложно отличить от тех, которые носили Франц Беккенбауэр, Пеле или Йохан Кройф. Даже расколотый по диагонали велослеш может стать важным экспонатом, хотя в обычной ситуации его бы просто выбросили. Этот шлем принадлежит многократному чемпиону мира по велотреку Михаилу Хюбнеру, он спас его жизнь в серьезной аварии. Вряд ли кто-то будет отрицать важность этого шлема в качестве примера средства обеспечения безопасности в спорте и для предотвращения несчастных случаев в целом. Предметы без очевидной связи с определенными лицами или событиями могут рассказать свою историю лишь в случае, когда такую связь можно подтвердить.

Спортивные музеи часто создают свои экспонаты, чтобы охватить историю спорта или спортивного события. Музей спорта и Олимпийских игр Катара создал проект с целью сохранения памяти о спортивном наследии Арабских игр 2011 г. в г. Доха. Были собраны фотографии большинства участников с соответствующей информацией о них (возраст, вид спорта, страна) и небольшие пластинки с подписями спортсменов. Эти предметы идеально подходят для инсталляции внутри музея.