

«Приходите к нам на барбекю в пятницу. Вас ожидают джаз, вино и красивые девушки. Постоянным гостям скидки». Это вовсе не реклама ресторана или клуба, а типичное объявление современного западного музея, пытающегося сохранить старую аудиторию и привлечь новых посетителей. Конкуренция со стороны развлекательных заведений, изменение туристических пристрастий и крепнущее нежелание государства финансировать культуру вынуждает музеи думать о новых стратегиях выживания. В США лишь четверть граждан старше 18 лет ходит в музей, причем не чаще раза в год. По большей части это люди с высшим образованием и в возрасте. Те, кто попроще и помоложе, не появляются там годами, считая, что музеи – это официозно и скучно. Сегодня перед музеями во всех странах стоит вопрос: оставаться «храмом искусства» и «стоять на защите настоящих культурных ценностей» или трансформироваться в развлекательные центры, подстраиваясь под вкусы масс. Впрочем, ряд зарубежных музеев научился совмещать обе роли без ущерба для культуры.

На грани вымирания

У любого музея есть как минимум три основные роли: сохранять культурное наследие, изучать его и демонстрировать посетителям. Если с первыми двумя функциями музеи во всем мире более или менее справляются, то когда речь заходит о третьей, по сути о коммуникации между творцом и публикой, то здесь музеи терпят крах. Музеи проигрывают соревнование за свободное время посетителей. Люди предпочитают ходить по барам, в кино, заниматься спортом, читать, играть в видеоигры – возможностей для проведения досуга становится все больше. Ограниченные финансовые ресурсы не позволяют музеям на равных конкурировать с лидерами развлекательной отрасли, такими, как, например, Walt Disney, тратящими миллионы на маркетинг своих продуктов.

Дефицит времени влияет и на поведение туристов, которые всегда были самыми верными посетителями музеев. «Галопом по Европам» – девиз подавляющего большинства современных путешественников. Согласно данным специальных исследований, среднестатистический путешественник тратит на один посещаемый город полтора дня и смотрит пару-тройку самых известных достопримечательностей.

Скажем, во Флоренции это будет выглядеть так. Сначала турист придирчиво оглядывает со всех сторон мраморного Давида, безуспешно пытается уместить

в кадр фотокамеры одновременно главный собор и свою «вторую половину»; в конце концов покупает у негра-торговца открытку с этим же собором и мчится любоваться вечными водами Арно. Потоптавшись на набережной, глотая на ходу холодный бутерброд и перелистывая путеводитель, устремляется в галерею Uffizi, на содержимое которой после двухчасовой очереди глаза бы его уже не смотрели. Здесь он постоит у двух-трех шедевров, вечером запакует чемоданы и на завтра умчится в следующий город, где все повторится сначала. В его голове остается картинка из путеводителя, помноженная на убеждение, что «во Флоренции очень много народу».

Еще хуже, если в музее или в городе в этот момент проходит широко разрекламированная выставка: турист пойдет только на нее, даже не подумав поинтересоваться содержимым других залов, не заглянет ни в один другой музей, предпочтя пробежаться по магазинам, и отправится восвояси.

Положение музеев усугубляет то, что правительства, испокон веку их содержавшие, сегодня всеми силами стремятся избавиться от этой ноши. Сегодня в США уже 90% всех музеев являются частными. На двойное финансирование – государственное и частное – переходят и многие британские музеи (хотя крупные общенациональные, такие как British Museum, пока, конечно, получают большую часть денег от государства). Все более четкая тенденция к самоуправлению музеев прослеживается и в Италии – по сути здесь музеям негласно предлагают самим заняться поиском источников финансирования. Им сперва дали возможность зарабатывать деньги, например, открывая на своей территории кафе и магазины, затем передали часть управляющих функций с федерального на региональный и местный уровни, что должно еще больше способствовать снижению бюрократизма и проявлению инициативы.

Однако директора многих музеев не хотят думать о деньгах, считая, что «храм искусства» выше этого. Они не умеют работать с доходами и расходами. Так, даже в продвинутой Америке расходы на одного посетителя в среднем составляют 21 доллар, а зарабатывают на нем музеи лишь 5,6 доллара. Почти четырехкратная разница связана прежде всего с расходами на штат: «старорежимные» учреждения плохо решают кадровые вопросы. Именно из-за управленческой несостоятельности многие музеи, прежде всего средние и небольшие, оказываются в критическом положении.

Вопрос для обсуждения: Должны ли музеи зарабатывать деньги?