

Музеи и галереи современного искусства г. Москвы на рынке досуговых услуг

Екатерина И. Мазуренко

*Российский государственный гуманитарный университет,
Москва, Россия, katerinamaz@mail.ru*

Аннотация. Сегодня музеи и галереи современного искусства являются популярными местами культурного досуга москвичей. Доля мероприятий, выставок, тематических презентаций, проводимых и инициированных музеями и галереями, неуклонно растет в общем объеме досуговых предложений Москвы. Зачастую по посещаемости музеи и галереи опережают театры и концертные залы. Каждый музей и галерея как представляют посетителям разнообразные «типовые» мероприятия, выставки и инсталляции, так и стремятся специализироваться и выделяться среди подобных на своем особенном (уникальном) культурном проекте, небанальном предложении со стороны самых разных видов пространственно-изобразительного искусства. В этой статье рассказывается о предложениях музеев и галерей современного искусства на рынке досуговых услуг.

Ключевые слова: социология культуры, социология искусства, музей, галерея, рынок досуга, современное искусство

Для цитирования: Мазуренко Е.И. Музеи и галереи современного искусства г. Москвы на рынке досуговых услуг // Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение». 2018. № 1(11). С. 96–104. DOI: 10.28995/2073-6401-2018-1-96-104

Contemporary art museums and galleries in Moscow leisure services market

Ekaterina I. Mazurenko

*Russian State University for the Humanities,
Moscow, Russia, katerinamaz@mail.ru*

Abstract. Today, museums and galleries of contemporary art are popular cultural attractions for Muscovites. The share of events, exhibitions, thematic presentations, conducted and initiated by museums and galleries, is steadily growing in the total amount of leisure offers in Moscow. Often, attendance of museums and galleries is ahead of theaters and concerts. Each museum and gallery presents visitors with a variety of “typical” events, such as exhibitions and installations and they strive to specialize and stand out among others like them on their particular (unique) cultural project, a unconventional offer from a wide range of types of spatial and visual art. This article tells about the offers of museums and galleries of contemporary art in the market of leisure services.

Keywords: sociology of culture, sociology of art, museum, gallery, leisure market, contemporary art.

For citation: Mazurenko EI. Contemporary art museums and galleries in Moscow leisure services market. *RSUH/ RGGU Bulletin. “Philosophy. Social Studies. Art Studies” Series*, 2018;1(11):96-104. DOI: 10.28995/2073-6401-2018-1-96-104

Введение

Тема культурного досуга и посещения музеев в настоящее время как никогда актуальна, а в некоторых случаях даже вызывает большой общественный резонанс. Громким событием 2016 г. стала выставка В. Серова в Третьяковской галерее, когда толпа пыталась попасть на экспозицию без очереди, по билетам, купленным через Интернет. Следует отметить, что данный случай не был единичным. Повсеместно в СМИ был отмечен рост интереса населения к выставкам. Ярким примером также может служить выставка Ван Гога в Санкт-Петербурге и Айвазовского в Московской Третьяковской

галерее в 2016 г. Интересным является тот факт, что, несмотря на кризис, культурный досуг не сдает своих позиций. Исходя из вышесказанного, вопросы о предложениях музеев и галерей на рынке досуговых услуг являются на сегодняшний день актуальными для изучения.

Место музеев и галерей среди досуговых предпочтений населения России

Начиная с 2014 г., который был объявлен годом культуры в России, многие творческие инициативы различных учреждений культуры и художественного творчества получают необходимую господдержку и поддержку спонсоров. Департамент культуры Москвы на протяжении нескольких лет ежегодно организует особое мероприятие – «Ночь в музее». В подобных акциях активно принимают участие различные музеи и галереи. Ежегодно мероприятие «Ночь в музее» посещают более миллиона человек [1]. Говоря о популярности мероприятия, стоит сказать о том, что, если в 2012 г. об акции слышали менее половины россиян 42%, то в 2017 г. – уже 64% [2]. Стоит отметить, что год от года такого рода мероприятия привлекают все больше посетителей.

На сегодняшний день досуговые услуги в Москве занимают колоссальные объемы как в численном, так и в денежном эквиваленте. Предложения по организации досуга достаточно многочисленны и разносторонни. Отдельную нишу занимает культурный досуг. На сегодняшний день мы зафиксировали, что вместе с традиционными, пользующимися спросом, досуговыми услугами культурной жизни, такими как поход в кино, театр, стремительно набирают популярность художественные галереи и выставки. Об этом свидетельствуют статистические данные ВЦИОМ за 2008–2015 гг. Для того чтобы проанализировать культурный досуг населения в той части, которая касается музеев, выставочных залов, можно обратиться к инициативному всероссийскому опросу, проведенному 2–3 мая 2015 г. ВЦИОМ (см. табл. 1). Опрос касался популярности акции «Ночь музеев» в России. Было опрошено 1600 человек в 130 населенных пунктах в 46 областях, краях и республиках России. Статистическая погрешность не превышает 3,5%. В данном исследовании россиянам задавались вопросы о том, как давно они были в музейных комплексах последний раз, какие экспозиции предпочитают, планируют ли посетить акцию «Ночь в музее» [1]. Оказалось, что в период с 2008 по 2015 г. количество посетивших

музей как учреждение культуры в течение последних 2–3 месяцев увеличилось. Доля никогда не посещавших музей среди опрошенных уменьшилась в два раза (см. табл. 1). Говоря о типах и видах выставочных пространств, следует сказать о том, что наибольшей популярностью пользуются исторические и художественные музеи и галереи. Многие респонденты, посещавшие «Ночь музеев» ранее, отметили, что будут участвовать в акции еще раз.

Таблица 1

Частота посещения музеев за 2008–2015 гг., в %

Когда в последний раз Вы были в музее? (закрытый вопрос, один ответ)				
	2008 г.	2009 г.	2014 г.	2015 г.
Несколько лет назад	50	52	51	51
Год-два назад	13	11	18	18
В течение последнего года	5	4	7	7
Полгода назад	4	3	5	4
В течение последних 2–3 месяцев	7	5	8	9
Никогда не был в музее	14	20	7	7
Затрудняюсь ответить	6	5	4	4

Все музеи можно поделить на следующие типы: художественные, архитектурные, музеи-заповедники, краеведческие, мемориальные, литературные, музыкальные, исторические, театральные, естественно-научные, музеи науки и техники. Стоит сказать, что в XXI в. в российском обществе возникли новые типы организаций, которые являются полифункциональными и в основном частными. Такие организации не только проводят на своей территории выставки, но и организуют самые различные мероприятия образовательного и развлекательного характера (лекции, мастер-классы, ярмарки, концерты, кинопоказы и т. п.) К данным полифункциональным организациям можно отнести такие площадки, как МОМА, МАММ, Artplay, Гараж и Винзавод. В официальных названиях музеев и галерей отражено, что они соотносят себя с современными направлениями искусств. Они позиционируют себя в ракурсе современного искусства, но поле их деятельности гораздо шире и затрагивает многие виды искусств.

Предложения музеев и галерей современного искусства на рынке досуговых услуг

В период с сентября 2015 г. по февраль 2016 г. был проведен качественно-количественный контент-анализ среди пяти музеев современного искусства в Москве (МОМА, МАММ, Artplay, Гараж и Винзавод). В современном информационном обществе люди предпочитают получать информацию о местах досуга интерактивно, т. е. в Интернете. Поэтому для выбора исследуемых музеев и центров современного искусства использовались специализированные сайты, посвященные досугу: «Афиша», «The Village», «Ваш досуг», где москвичи могут сделать выбор, ориентируясь не только на рекомендации сайтов, но и на рейтинг, составленный посетителями. Музеев и галерей современного искусства не так много, поэтому были проанализированы предложения пяти самых популярных мест.

Задачи контент-анализа афиш охватывали изучение всех предложений на официальных сайтах этих музеев и галерей за шесть месяцев работы. Анализировались не только выставочные проекты, но также образовательные, рекреационные и др. Многообразие, которое было выявлено за время проведения исследования, отражает самые различные направления деятельности музеев и галерей современного искусства г. Москвы. Перечень различных направлений деятельности музеев и галерей включал в себя следующие мероприятия и категории: выставка, лекция, мастер-класс, курс, кино, ярмарка (маркет), конференция, концерт, праздник, квест, благотворительность, игра, мультимедийная выставка, перформанс, инсталляция, спектакль, фотографии, видеоарт, граффити, живопись, конгресс, конкурс, круглый стол, медиаопера, мероприятие, музей-мастерская, музыка, открытая мастерская.

В период с сентября 2015 г. по февраль 2016 г. на официальных сайтах выбранных музеев и галерей было предложено 357 мероприятий. Их формат достаточно разнообразен. Преобладающим большинством являются выставки: 30,13%, реже проводятся лекции: 25,6%. Количество мастер-классов и курсов примерно одинаковое: 10,67% и 9,6%. Иногда музеи и галереи проводят кинопоказы, тематические ярмарки или маркеты. Последние часто приурочены к праздничным дням (Artplay – Большая Новогодняя ярмарка необычных подарков ART WEEKEND). На площадках также проводятся конференции, концерты, праздники и другие мероприятия.

Вышеперечисленные форматы мероприятий можно условно поделить на следующие виды досуговых услуг: художественные, образовательные и развлекательные. В художественные были

включены выставки, кинопоказы, фестивали, фотографии, видеоарт, живопись, перформансы, инсталляции и презентации. К образовательным услугам отнесли все лекции, мастер-классы, курсы, конференции, конгрессы, конкурсы, круглые столы, уроки, школы и обучающие тематические экскурсии. Развлекательный досуг включает в себя маркеты, ярмарки, праздники, концерты, квесты, благотворительные мероприятия, спектакли и медиаоперы. Данное разделение позволяет увидеть соотношение услуг, где образовательные мероприятия составляют 49% предложений музеев и галерей за шесть месяцев, художественные – 40%, а развлекательные – всего 11%.

Образовательные услуги занимают лидирующую позицию по отношению к услугам художественного и развлекательного характера.

Если проанализировать все предложения каждого из выбранных музеев, становится очевидно, что распределение видов мероприятий в музеях и галереях неравномерно (см. табл. 2). Государственный музей МОМА отдает предпочтение современному искусству (25 мероприятий) и образованию. Стоит отметить, что только в нем проводятся благотворительные мероприятия. В МАММ большая часть мероприятий относится к образованию (39 мероприятий), музей лидирует по количеству фотовыставок (18 мероприятий) и предложений для детей (18 мероприятий). В выставочном пространстве Artplay проводится много ярмарок, доля современного искусства и образования равны (12 и 12). Винзавод также распределяет долю современного искусства и образования (46 и 60). Гараж в большинстве своем предоставляет образовательные услуги (58). Каждый музей занимает свою нишу. Стоит сказать, что классическое искусство также иногда попадает в поле деятельности музеев и галерей.

Таблица 2

Виды досуговых услуг за полгода по пяти музеям

Название музея	Классическое искусство	Современное искусство	Фотография	Образование	Благотворительность	Ярмарки	Развлечения	Для детей
МОМА	5	25	1	14	2	0	0	5
МАММ	0	11	18	39	0	0	0	18
Artplay	7	12	1	12	0	18	6	6
«Гараж»	7	9	0	58	0	0	0	0
Винзавод	12	46	0	60	0	1	7	1
ИТОГО	31	103	20	183	2	19	13	30

Анализ показал, что, если посмотреть на весь спектр мероприятий, которые проходили в каждом из музеев за полгода, можно увидеть более подробную картину. МОМА и МАММ преимущественно занимаются выставками, но МАММ проводит большее количество различных курсов (27 выставок), мастер-классов (12 мастер-классов). В выставочном пространстве Artplay проводится много ярмарок (18 ярмарок), а соотношение выставок и проводимых лекций примерно одинаково (7 и 8 лекций). Среди выбранных музеев «Гараж» проводит самое большое количество лекций (49 лекций). А самое большое количество выставок приходится на Винзавод. Он же немного уступает «Гаражу» по количеству лекций (33 лекции), но в Винзаводе проходит больше мастер-классов (16 мастер-классов). Также в Винзаводе проводят кинопоказы (18 кинопоказов).

Итак, наш анализ показал следующее: несмотря на то что названные музеи и галереи так или иначе специализируются на современном искусстве, эти выставочные пространства сегодня активно включают в себя образовательные проекты: выставки, лекции, мастер-классы, курсы, конференции, конгрессы, конкурсы, круглые столы, уроки, школы и экскурсии, которые являются равноправным и конкурентоспособным направлением деятельности. Возможно, что именно они приносят музеям и галереям современного искусства большую часть дохода. Вместе с другими развлекательными и художественными мероприятиями музеи и галереи представляют посетителям все многообразие досуговых услуг. Таким образом, каждый посетитель, даже не вовлеченный в художественную жизнь и современное искусство, может найти для себя что-либо интересное.

Заключение

Деятельность музеев и галерей современного искусства оказывает большое влияние на художественную жизнь и культуру России. Они являются не только местом проведения различных выставок, но и частью рынка досуговых услуг. Каждая галерея разрабатывает свои методы взаимодействия с современными формами искусства для привлечения большего количества посетителей. Изучая основные направления деятельности музеев и галерей современного искусства, типы и формы предоставляемых ими услуг, а также аудиторию современных арт-галерей, можно выявить осо-

бенности художественной жизни общества, влияния современного искусства на художественные предпочтения и культурный досуг в российском обществе.

При анализе основных направлений деятельности музеев и галерей современного искусства было выявлено, что современные выставочные площадки не ограничивают свое предложение рамками художественных услуг. Практически половина проводимых мероприятий имеет образовательный характер. Стоит сказать, что современные формы искусства набирают популярность. Об этом свидетельствует анализ спроса и предложения, активная вовлеченность музеев и галерей современного искусства в такие акции, как «Ночь музеев», постоянный поиск новых интересных форматов для культурного досуга посетителей. Поддержка государства также играет свою роль. Популярность и актуальность данных музеев можно видеть и в их позиционировании. Организаторы и владельцы галерей применяют различные форматы рекламы на улицах Москвы. Можно выделить не только наружную рекламу, СМИ, но и использование различных интернет-ресурсов. Музеи и галереи активно используют досуговые сайты и повышают степень коммуникативности своих официальных страниц во всемирной паутине. При проведении интернет-экспертизы было выявлено, что изучаемый в данной работе центр дизайна Artplay обладает высокой степенью коммуникативности: на его официальном сайте присутствуют возможность покупки билетов онлайн, вся необходимая информация о расположении, контактах и мероприятиях¹ [3].

Можно сказать, что позиционирование музеев и галерей нацелено на широкие слои населения. Организаторы в большинстве случаев не ограничивают свою целевую аудиторию по возрасту, полу или социальному статусу. Формат музеев и галерей позволяет посещать экспозиции самым разным слоям населения, поэтому тенденция присутствия посетителей всех возрастов является положительной в современной галерейной и музейной практике.

¹ Количественное исследование «Коммуникативность официальных сайтов музеев и галерей современного искусства в Москве» было проведено в марте 2014 г. Метод: социологическая экспертиза интернет-сайтов.

Литература

1. Всероссийский опрос «Навстречу Ночи музеев–2015», проведенный Всероссийским центром изучения общественного мнения 2–3 мая 2013 г. Выборка репрезентативная по полу, возрасту, образованию – 1600 респондентов. [Электронный ресурс] URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115253> (дата обращения 21.03.2016).
2. Всероссийский опрос «Навстречу Ночи музеев–2017», проведенный Всероссийским центром изучения общественного мнения 12–13 мая 2017 г. Выборка репрезентативная по полу, возрасту, образованию – 1200 респондентов. [Электронный ресурс] URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116232> (дата обращения 21.09.2017).

References

1. Russian poll “Towards the Night of Museums in 2015”, conducted by the Russian Center for the Study of Public Opinion on May 2–3, 2013. A sample representative sampling of gender, age, education – 1600 respondents. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115253> (data obrashcheniya March 21, 2016).
2. Russian poll “Towards the Night of Museums in 2017”, conducted by the Russian Center for the Study of Public Opinion on May 12–13, 2017. A representative sampling of gender, age, education – 1200 respondents. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116232> (data obrashcheniya September 21, 2017).

Информация об авторе

Екатерина И. Мазуренко, магистрант, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия; Россия, г. Москва, 125993, Миусская пл., д. 6; katerinamaz@mail.ru

Information about the author

Ekaterina I. Mazurenko, master student, Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia; bld. 6, Miusskaya sq., Moscow, 125993, Russia; katerinamaz@mail.ru