

Эксперименты во время пандемии: онлайн-медиация по выставке «Секретики: копание в советском андеграунде. 1966–1985» в Музее современного искусства «Гараж»

Марина Романова

Музей современного искусства «Гараж», Москва

Этот материал опубликован в номере 02 «После кризисов: искусство, музеи и новая социальность», под ред. Влада Струкова.

Цитировать: Романова М (2021) Эксперименты во время пандемии: онлайн-медиация по выставке «Секретики: копание в советском андеграунде. 1966–1985» в Музее современного искусства «Гараж». *The Garage Journal: исследования в области искусства, музеев и культуры*, 02: 59-88. DOI: 10.35074/GJ.2021.93.95.004

Ссылка на материал: <https://doi.org/10.35074/GJ.2021.93.95.004>

Дата публикации: 12 апреля 2021 года

Эксперименты во время пандемии: онлайн-медиация по выставке «Секретики: копание в советском андеграунде. 1966–1985» в Музее современного искусства «Гараж»

Марина Романова

Формат арт-медиации активно распространяется среди российских культурных институций с 2014 года, когда в Санкт-Петербурге состоялась биеннале современного искусства «Манифеста 10». Именно тогда впервые в российской практике художественная институция прибегла к помощи медиаторов для взаимодействия с посетителем. В данной статье рассматривается, как из-за пандемии

Covid-19 формат арт-медиации был перенесен в онлайн. На примере онлайн-медиации по выставке «Секретики: копание в советском андеграунде. 1966–1985», прошедшей в Музее Современного искусства «Гараж», автор анализирует, оказался ли такой формат востребованным у аудитории и привела ли работа в онлайн к осознанию музеем новых потребностей посетителей.

Ключевые слова: арт-медиация, коронавирус, музейное образование, онлайн-формат, партиципаторность, соучастие

14 марта 2020 года московский Музей современного искусства «Гараж» закрылся из-за коронавируса. Выставки, лекции, мастер-классы, кинопоказы и, в частности, арт-медиация стали на неопределенный срок недоступны для посетителей. Тогда было принято решение перевести арт-медиацию, которая проводилась по выставке «Секретики: копание в советском андеграунде. 1966–1985» (2019–2020)¹, из офлайна в онлайн.

Понятие арт-медиации в историческом и интернациональном контексте

Арт-медиацию с каждым годом все чаще можно встретить в музеях и галереях, на биеннале и художественных ярмарках как один из актуальных методов образовательной практики. При этом от институции к институции виды арт-медиации варьируются. Единого общепринятого понимания данного явления в музейном сообществе нет, поэтому сначала автор статьи предлагает рассмотреть, как термин «арт-медиация» трактуют различные теоретики и практики.

В труде «Время для культурной медиации» куратор и исследовательница образовательных практик Кармен Мёрш рассматривает разницу понимания термина «медиация» в немецко-, франко-, англо-

и итальяноговорящих странах (Mörsch 2013). Например, в Германии этот термин звучит как «Kulturvermittlung», что буквально переводится как «культурное посредничество». Это понимание наиболее созвучно французскому «mediation Culturelle» — процессу получения и усвоения знаний об искусстве и социальных науках посредством обмена информацией в формате активного и критического диалога. В немецкой и французской традиции культурная медиация, или арт-медиация, подразумевает дискуссию медиатора с посетителем, активное обсуждение, выявление проблем и спорных моментов на базе выставочных объектов, социальной миссии институции и сотрудников, производящих знание внутри культурных организаций. При этом в англоговорящей традиции арт-медиация понимается в более широком контексте: как музейно-галерейное образование в целом. Соответственно, под медиатором может пониматься и человек, выполняющий роль нейтрального посредника между знанием и посетителем внутри музея, и человек, создающий ситуацию, в которой посетитель активно размышляет и ставит под сомнение знание и факты. Институция всегда решает самостоятельно, какой подход более уместен для каждого конкретного проекта.

Куратор и теоретик современного искусства Мария Линд в работе «Зачем медиировать искусство» также отмечает, что немецкое слово «Vermittlung», обозначающее медиацию, несет в себе конфликт, так как префикс «ver» обозначает приставку, аналогичную «un» в английском unlearning, что буквально можно перевести как «разучиться» (Lind 2018). Таким образом, немецкий термин «Vermittlung» является медиацией и в то же время «un-медиацией». Тем самым подчеркивается горизонтальность такого способа коммуникации: медиатор не диктует единственно верный смысл и способ понимания слушателю, а находится в диалоге с участниками и имеет полную свободу высказывать мнения, вплоть до критики институции, в которой проходит выставка, в результате чего в группе рождается полифония смыслов и трактовок. Теперь рассмотрим корреляцию определений термина «арт-медиация» среди российских культурных институций и деятелей.

В рамках «Манифесты 10», прошедшей в Санкт-Петербурге в 2014 году, термину было дано следующее определение:

«медиатор — это человек, не дающий собственной оценки произведениям искусства, но участвующий в процессе ее формирования у зрителя. Роль медиатора — содействовать диалогу и обмену знаниями. Медиаторы Манифесты 10 — в буквальном смысле посредники между собственным видением, замыслом куратора и восприятием посетителей, которое складывается в ходе совместной прогулки по выставке. Арт-медиация провоцирует интеллектуальное и чувственное общение с работами художников, обмен мнениями, оставляет пространство для эмоционального переживания искусства. Обычные человеческие реакции неизбежны, позволить им проявиться — лучшее, что может сделать экскурсовод, медиатор, гид, прежде чем дополнить увиденное фактами из биографии автора и учебников по эстетике» («Что такое арт-медиация?» 2014).

В данном случае трактовка наиболее близка к французскому пониманию термина, где главной особенностью медиации является диалог с посетителем.

Координатор образовательной программы «Манифесты» в Санкт-Петербурге Яна Кличук (2015) на международной конференции, прошедшей в Санкт-Петербурге в 2014 году, зафиксировала, что

«арт-медиатор в качестве “невежественного наставника” в первую очередь сокращает дистанцию между искусством и зрителем, создает комфортные условия для рассматривания произведения, его обсуждения и составления собственного мнения о том, какое оно имеет значение. <...> У экскурсовода, как правило, подготовлены план и содержание тематической или обзорной экскурсии, в то время как медиатор планирует маршрут экскурсии, но ее содержание во многом зависит от взаимодействия с конкретной группой экскурсантов».

Тут важно пояснить, что концепцию «невежественного учителя» в конце XX века ввел философ Жак Рансьер (Rancière 1987). В рамках нее автор в том числе пересматривает устоявшуюся в педагогике иерархию «учитель — ученик» и предлагает сменить вертикаль на горизонтальные отношения, что во многом откликается в медиаторской практике.

Сегодня Яна Кличук возглавляет департамент образования «Манифесты», проходящей каждые два года в разных городах и странах Европы, и регулярно набирает команду местных медиаторов. Медиаторская программа для «Манифесты» является одной из ключевых образовательных инициатив², о чем организаторы регулярно заявляют. В 2020 году в рамках «Манифесты 13», проходившей в Марселе, культурной медиации было дано следующее определение:

«Арт-образование или арт-медиация — резонирующее поле. <...> Прошлые нейтральные методы отходят в сторону, уступая место мощным дебатам, касающимся разнообразных форматов музейного образования. Медиаторская программа Манифесты не является дополнительным форматом проекта, она является ядром Манифесты».

Таким образом, здесь мы наблюдаем трансформацию определения в сравнении с питерской «Манифестой»: теперь медиация — это не просто возможность диалога, но и ядро самой программы, о чем ранее не заявлялось. Также медиация становится более радикальной и индивидуально-ориентированной, чем было позиционировано на «Манифесте» в Санкт-Петербурге.

Следующую трактовку дает куратор медиаторской программы фонда V-A-C Анна Панфилец:

«Медиатор — это человек, который не просто допускает высказывание любых точек зрения, а поощряет их поиск, ведь каждое из мнений, высказанных посетителем, является верным <...> [М]едиация — это не только практика общения с аудиторией, но и социологическое исследование <...> [М]едиаторы параллельно с работой ведут свои дневники, где отмечают важные

моменты. Потом, анализируя эти данные, мы понимаем, кто наши посетители, что им показалось наиболее важным, зачем они вообще пришли на выставку» (Евдокимова 2018).

Здесь к важности диалога добавляется еще один фактор: знакомство со своей аудиторией посредством медиации, исследование, которое проходит не в строго отведенных временных и форматных рамках, а перманентно.

Куратор медиаторской программы Уральской индустриальной биеннале Дарья Маликова говорит, что

«медиация — это современная стратегия коммуникации с аудиторией, предполагающая активное вовлечение горожан в диалог и сотворчество. Главная цель медиации — дать интересный, вдохновляющий опыт каждому зрителю, независимо от его жизненного опыта и глубины познаний в сфере искусства. Медиатор — новая профессия в музейной сфере. Эти специально подготовленные проводники проводят экскурсии и реализуют проекты, направленные на вовлечение различных сообществ и социальных групп в контекст современной культуры» (Пятая уральская индустриальная биеннале современного искусства 2019).

В данном определении акцент делается именно на эмоциях и впечатлениях, которые посетители должны получить от взаимодействия с медиатором, а также упоминаются медиаторские проекты, которые проходят в дополнение к текущей занятости медиаторов. Формат медиаторского проекта также рассматривается в данной статье на примере проведения онлайн-медиации. Уральская индустриальная биеннале стала одной из первых культурных институций в России, где была введена медиаторская программа и где она до сих пор успешно реализуется. Осенью 2015 года медиаторы были введены на 3-й Уральской биеннале, а за несколько месяцев до этого, весной того же года, медиаторская программа была введена в «Гараже». Куратор публичной программы «Гаража» Анастасия Митюшина подчеркивает, что с самого начала для медиации в музее был важен аспект внутриинституциональной критики, тем самым термин «медиация» в случае «Гаража» ближе всего к трактовке «Vermittlung», «разучивание» (2020, личная коммуникация)³. С 2020 года было введено ограничение, что один медиатор не может принимать участие в двух проектах «Гаража» подряд, чтобы постараться сохранить непредвзятость по отношению к конкретному музею.

Из данного обзора можно заключить, что, несмотря на многообразность трактовок данного вида музейного образования, для упомянутых институций важна горизонтальность между медиатором и посетителем, полифония смыслов, получение эмоций, возможность критического высказывания, индивидуальный подход и процесс изучения своих посетителей. А для автора статьи особенно важна возможность честного высказывания со стороны медиатора и проявление его личной агентности в работе.

Осенью 2019 года в Международном совете музеев (ИКОМ) разразились дебаты касательно нового определения слова «музей»,

которые не разрешились до сих пор (Small 2019). Почти 50 лет ИКОМ определял музей как «некоммерческое учреждение, которое приобретает, сохраняет, исследует, передает и демонстрирует материальное и нематериальное наследие человечества и окружающей его среды с целью обучаться, образовываться и получать удовольствие» (ИКОМ 2020). Однако в 2019 году было предложено новое определение, которое звучит следующим образом: «Музеи — это демократизирующиеся, инклюзивные и полифонические пространства для критического диалога о прошлом и будущем. Признавая и решая конфликты и проблемы настоящего, они доверяют артефакты и образцы обществу, хранят разнообразную память для будущих поколений и гарантируют равные права и равный доступ к наследию для всех людей» (ИКОМ 2019). И хотя новое определение до сих пор не было принято по причине несогласия представителей таких входящих в ИКОМ стран, как Россия, Франция, Италия, Германия и Канада, тем не менее, упомянуть предложение такого обновления кажется важным. Перечисленные выше страны в том числе посчитали новое определение «слишком политическим», однако сам факт того, что в определении упоминается ведение диалога, а не монолога, соотносится с ценностями и принципами медиации. Представители музеев отныне находятся с посетителями в диалоге и прислушиваются к их мнению, стараясь сделать их пребывание в офлайн- или онлайн-пространстве как можно более комфортным и доступным.

Особенности арт-медиации в «Гараже»: «классическая» медиация, медиация как художественное высказывание и модерация

Прежде чем подробно рассмотреть кейс онлайн-медиации в «Гараже», автор предлагает проследить генеалогию становления и развития медиации в институции. Арт-медиация была запущена в «Гараже» летом 2015 года к открытию нового постоянного здания музея — бывшего кафе «Времена года». Сегодня куратор публичных программ «Гаража» Анастасия Митюшина определяет медиацию таким образом (2020, личная коммуникация)²: арт-медиация — это общение с посетителем, которое инициировано музеем, но при этом предполагает максимальную свободу от институционального голоса за счет подключения к коммуникации приглашенных ведущих — медиаторов. Медиатор — это своего рода зритель-энтузиаст, чей интерес к визуальной культуре и искусству равнозначен его готовности регулярно делиться своими знаниями. В отличие от штатных экскурсоводов, медиаторы — не просто «носители информации», но субъекты и посредники между музейным пространством и посетителем. Медиатор может принимать и сторону институции, и сторону зрителя, много или мало знающего об искусстве. Часто, но не обязательно медиация носит критический характер. Для медиатора важно создать пространство доверия и безопасности, где легитимна любая — даже конфликтная — позиция. Работа медиатора с аудиторией строится

на диалоге и взаимообмене. Медиатор варьирует объем информации, интонацию рассказа и маршрут в зависимости от собеседника.

Как менеджер публичных программ отдела просвещения «Гаража», автор этой статьи совместно с Анастасией Митюшиной занималась арт-медиацией как на «Секретиках», так и на других аналогичных проектах. Таким образом, данный анализ следует этнографической традиции и основывается прежде всего на методе включенного наблюдения. Более того, в данном случае классический метод «participant-observation» становится как бы перевернутым, трансформируясь в «observant-participation», что подчеркивает более активную роль исследователя, то есть автора статьи (Macdonald forthcoming).

Медиатором «Гаража» может стать любой желающий, успешно прошедший отбор и обучение. Под каждый проект объявляется open call для медиаторов. Актуальные объявления о наборе публикуются на сайте «Гаража». В рамках каждого проекта для медиаторов разрабатывается уникальная форма в стилистике проекта — толстовка, халат, поясная или холщовая сумка. Форма медиаторов играет роль институциональной опоры в «Гараже» с 2015 года, так как, во-первых, форма позволяет посетителю заметить медиатора в пространстве, а во-вторых, создает необходимую минимальную дистанцию между медиатором и посетителем.

Для более четкого внутреннего понимания медиации и ее различий от проекта к проекту Анастасия Митюшина и автор статьи в результате обсуждений (2020, личная коммуникация)⁵ пришли к выявлению трех основных видов медиации в музее: 1) «классическая» медиация; 2) медиация как художественное высказывание (в этом случае институция не влияет на разрабатываемый художниками сценарий медиации); и 3) модерация (техническое погружение зрителя в проект, мотивируемое логистическими потребностями обеспечить удобство и ясность проживания предлагаемого музеем опыта). Отдельным видом медиации в «Гараже» является ежегодный новогодний семейный проект «Арт-эксперимент», проходящий в «Гараже» ежегодно с 2010 года.

«Классическая» медиация — это общение медиатора с посетителем, которое нацелено на создание комфортной, доверительной среды для обмена любыми (в том числе и негативными) мнениями о выставке, ее отдельных экспонатах или музее в целом. Опираясь на методы активного слушания (задавание открытых вопросов, называние собственных эмоций и эмоций собеседника и т.д.), медиатор обсуждает с посетителем основные темы проекта и вместе со зрителем выбирает маршрут осмотра. Медиатор может либо постоянно находиться в пространстве выставки, либо появляться в заранее анонсированное время в обозначенных точках. В среднем классическая медиация длится от 40 минут до полутора часов. К классической медиации можно отнести первую медиацию в «Гараже» в 2015 году и офлайн-медиацию по выставке «Секретика». Несмотря на то, что единого понимания медиации не существует, «классическим» данный вид называется потому, что в его основе лежит устный диалог с посетителем, спровоцированный произведением искусства.

Медиация как художественное высказывание осуществляется по протоколу, разработанному художником и при исключительно логистическом участии институции. Такая медиация в первую очередь становится медиумом для реализации субъективного художественного замысла. Основное отличие медиации как художественного высказывания — в большем критическом потенциале и меньшей предсказуемости. Художник задает строгую рамку для проекта, прописывая протокол общения и среду для него. Медиатор может находиться в коммуникации с посетителем не обязательно посредством устной речи, а, например, посредством тела и звуков. Например, в рамках произведения «Руководство к (недо)пониманию» («Перформативная медиация» 2018)⁶ Лендла Барселоса, Мириам Лефкофиц и Валентины Дезидери на выставке «Безграничный слух» перформеры-медиаторы были выбраны и обучены лично художниками. Медиаторы действовали по художественному сценарию, реализуя практики чувствования (*sensing practices*): делали звуковой массаж, гадали на картах Таро, угощали чаем или знакомили посетителей с музыкальными инструментами Тарека Атуи. Количество участников таких сеансов было крайне ограничено: не более 10. Кроме того, перформеры-медиаторы, согласно установке авторов, могли сами выбирать, ориентируясь исключительно на личные ощущения, с каким посетителем взаимодействовать, а с кем нет. Таким образом, доступность и демократичность обычной медиации были радикально переработаны художниками.

Под третьим видом арт-медиации — модерацией — понимает-ся бережное отслеживание того, как протекает опыт посещения выставки. Цель модерации — создание опыта комфортного визита: навигация посетителей в пространстве, информирование о проектах институции, помощь на мастер-классах. Модератор, как и медиатор, работает в модусе гостеприимства и заботы о посетителе, но его функционал строго регламентирован и носит скорее информационно-технический характер. Например, на проекте «Бюро переводов» (2019)⁷ модераторы помогали посетителям на мастер-классах найти необходимые материалы или создать конкретные объекты: венки, куклы, маски.

На выставке «Секретики», где в офлайн-формате медиаторы успели отработать февраль и половину марта 2020 года, был активирован именно первый формат медиации, «классический»: незапланированное общение в зале о выставке и отдельных предметах.

Выставка «Секретики: копание в советском андеграунде. 1966—1985» проходила с 12 декабря 2019 по 1 августа 2020 года в западной галерее Музея «Гараж». Данный выставочный проект исследовал советское неофициальное искусство второй половины XX века. Архитектура выставки была создана в черно-белых тонах, что помещало посетителя в воспоминания о советском времени. Представленными на выставке объектами были дневниковые записи, архивные журналы, инсталляции и фотографии небольших размеров — работы неофициальных советских художников.

Инициатором введения медиаторов на проект стал куратор выставки Каспарс Ванас. От него поступило пожелание по типу проведения медиации на данной выставке: не делать посетителям туры по всему проекту, а ограничиваться обсуждением нескольких работ. Пожелание было обосновано тем, что на выставке практически каждая работа или каждый художник сопровождался подробными кураторскими текстами. Посетитель мог «копаться» в них самостоятельно, но, как оказалось по ходу реализации проекта, не все были готовы тратить много времени на самостоятельное изучение, поэтому часто прибегали к помощи медиатора.

На выставочной площадке медиаторы носили холщовую сумку черного цвета с надписью ярко-розового цвета «Давай копаться вместе», чтобы посетители могли выделить медиатора как представителя институции. Проявить инициативу к коммуникации могли как медиаторы, так и посетители. Самая короткая медиация длилась менее минуты, самая долгая — более полутора часов, притом в этом конкретном случае посетитель подходил к медиатору несколько раз, прерываясь на поход в кафе и книжный магазин музея. При переходе в онлайн-формат установка на внезапный диалог отошла на второй план, а на первый план вышла скорее маршрутная запланированная медиация с заранее анонсированными темой, временем начала и продолжительностью сессии.

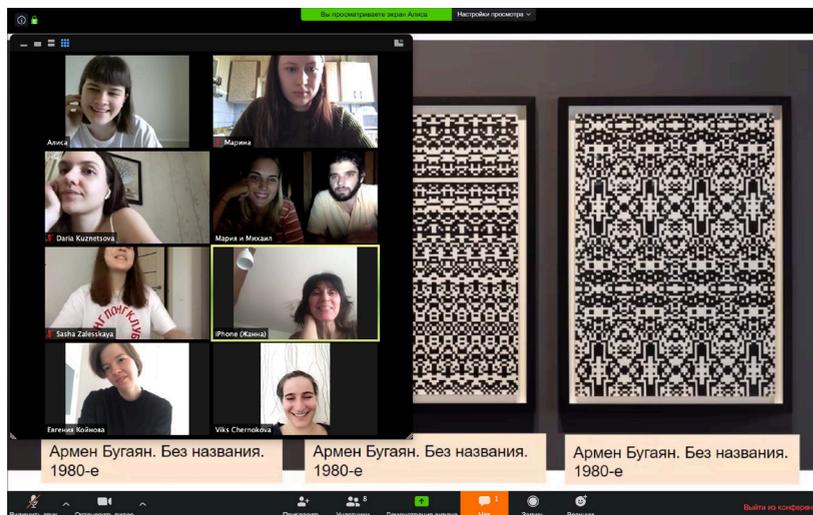
Особенности онлайн-медиации в «Гараже»

В связи с карантинными ограничениями 2020 года музеи и другие культурные институции стали активно осваивать онлайн-форматы: выкладывать в открытый доступ уже имеющийся контент и производить новый. Например, в «Гараже» была запущена серия диалогов «Экскурсовод на диване», в рамках которого гиды музея в течение часа вспоминали и комментировали прошедшие выставочные проекты «Гаража». Также была запущена платформа «Самоизоляция» (2020)⁸, которая помогала посетителям сориентироваться во всем контенте музея именно во время карантина. Нью-йоркский музей МоМА добавил на сайт раздел под названием «Читай, смотри и слушай, где бы ты ни был» (2020)⁹, который также предоставил разные пути и возможности потребления информации посетителю, не находящемуся в музее физически. Но важно отметить, что все эти опции предлагали зрителю потреблять информацию пассивно — посетитель мог лишь оставить свой комментарий. В свою очередь, онлайн-медиация по выставке «Секретники» предлагала возможность participatory: вступления в диалог с живыми людьми посредством Zoom, сохраняя возможность социализироваться и потреблять образовательный контент. Онлайн-медиация в «Гараже» была введена 30 марта 2020 года, спустя две недели после закрытия музея из-за коронавируса, и закончилась 31 июля 2020 года, когда музей и выставки были вновь открыты.

Чем обусловлено появление онлайн-медиации? Во-первых, «Гараж», как и другие музеи по всему миру, не хотел терять свою аудиторию, поэтому от руководства были получены призывы по возможности адаптировать и переводить свои проекты в онлайн. Во-вторых, было огромное желание медиаторов и менеджера проекта не останавливать работу, так как подготовка к выставке заняла много сил и времени, — и это как раз свидетельствует об энтузиазме медиаторов, о котором упоминалось в первом разделе статьи.

Как выстраивалась онлайн-медиация в «Гараже»? Так как арт-медиация для большинства российских посетителей остается довольно незнакомым форматом, было решено разбить онлайн-медиацию по сессиям и заранее выкладывать на сайт музея информацию с названием сессии, чтобы сделать порог входа более комфортным и доступным. Также было важно проводить онлайн-медиацию в конкретные дни недели и время, чтобы у посетителей выработалась привычка посещения. Для проведения сессий были выбраны понедельник, среда, пятница и суббота. В первую половину дня было две сессии подряд: с 12:00 до 13:30 и с 13:30 до 15:00. Во вторую половину дня также проходило две сессии подряд: с 16:00 до 17:30 и с 17:30 до 19:00. Таким образом, характер посещения офлайн- и онлайн-медиации по «Секретикам» различался кардинально: тогда как в музей посетители приходили в первую очередь ради посещения выставки, и общение с медиатором для большинства являлось скорее побочным действием, — регистрируясь на онлайн-медиацию, посетитель изначально отдавал приоритет образовательному партиципаторному формату над выставкой. Недостатком такого изменения была сложность найти замену посетителю, который зарегистрировался, но не пришел на онлайн-медиацию. Если бы такая ситуация случилась в выставочном пространстве, медиатор или менеджер проекта могли бы найти замену среди реальных посетителей в здании музея. Оперативно сделать это в онлайн-формате сложнее, поэтому данный фактор является одним из минусов формата: сложная логистика заполняемости сессии может привести к недобору в группе.

Название каждой сессии онлайн-медиации строилось двухчастно: сначала шло упоминание художника или работы с выставки «Секретика», а затем — через противопоставление — проблема, актуальная в контексте весны и лета 2020 года. Например, «Квартирные выставки в СССР VS чем заняться в квартире во время самоизоляции»; «Научная фантастика. Журнал “Знание — сила” VS какие модели поведения во время “апокалипсиса” мы копируем из научной фантастики, фильмов, книг»; «Игорь Макаревич “Дом утраченных друзей” VS скучаем ли мы по офису, институту, школе в новых условиях существования» и другие. Всего было придумано более 40 тем. Таким образом, посетителю сразу была обозначена рамка встречи, подразумевающая глубокий разговор об одной из тем выставки, а не обзорный разговор обо всем проекте. Посмотреть выставку целиком, как человек мог бы сделать в реальном музее, в рамках онлайн-медиации было невозможно. В некотором роде такой способ



Ил. 1. Скриншот онлайн-медиации по выставке «Секретики» (<https://garagemca.org/ru/event/online-mediation-around-the-exhibition-sekretiki-digging-up-soviet-underground-culture-1966-1985>, 09.05.2020)

формулировки тем также является недостатком формата: медиаторы довольно жестко обозначали тему встречи, заранее подбирали работы и их фотографии в высоком разрешении, поэтому элемента внезапной смены темы обсуждения изначально случиться не могло, так как у медиатора просто не было бы визуальной базы для поддержания темы разговора. Этот фактор не совсем органичен для арт-медиации, поэтому также относится к недостаткам онлайн-формата. С другой стороны, куратор медиаторской программы Уральской индустриальной биеннале Дарья Маликова (2018) отмечает: «Одна из причин закрытости участников медиации — плохая осведомленность о предмете обсуждения, которая вызывает неуверенность посетителей в своих знаниях, и, соответственно, нежелание высказываться». Поэтому исходная формулировка тем для онлайн-медиации подразумевала, что посетители заранее могут спрогнозировать канву разговора. Таким образом, предварительную запланированность маршрута можно рассматривать и как позитивный фактор.

По исходной гипотезе сотрудников «Гаража» для посетителей онлайн-медиации могло быть важным обсуждение коронавируса, самоизоляции и нового быта. Однако в реальности оказалось, что как раз самоизоляционную составляющую жизни участники практически не желали затрагивать, а тема советского неофициального искусства, наоборот, вызывала наибольший интерес. Таким образом, появилась новая гипотеза, что, находясь в одном и том же пространстве, не имея возможности свободного перемещения за пределами квартиры, посетители предпочитали забывать об этом хотя бы на время онлайн-медиации и погружаться в дискурс советского андеграундного искусства.

В уже упомянутой выше статье Дарья Маликова (2018) также отмечает, что

«сейчас идет процесс формирования новой методологии работы с аудиторией, в центре которой — коммуникация с публикой, внимание к опыту и запросам посетителя. Понимание ожиданий посетителей и адаптация под них видится многим исследователям и практикам наиболее продуктивным путем развития культурной институции — и в маркетинговом, и в гуманитарном смысле».

Темы онлайн-медиации в «Гараже», временные слоты и дни проведения сессий были сформулированы из этих же убеждений.

Информирование посетителей об онлайн-формате медиации проводилось через социальные сети «Гаража»: «Фейсбук», «Вконтакте», «Инстаграм», — посредством еженедельной музейной рассылки, упоминания в российских СМИ и сотрудничества с московскими площадками в рамках партнерских проектов. Однако обычные информационные посты в социальных сетях не позволяют посетителю в полной мере понять, в чем ему предлагается принять участие. Пиар-кампании таких непривычных образовательных форматов требуют особого подхода, который команда, включающая в себя представителей разных отделов музея «Гараж», до сих пор разрабатывает.

Чтобы посетить сессию онлайн-медиации, надо было зарегистрироваться на сайте музея. Накануне координатор проекта обзванивал каждого зарегистрировавшегося, чтобы подтвердить присутствие, а вечером отправлял письмо с приглашением в Zoom-конференцию. Uniformой медиаторов проекта являлись белые футболки с надписью «самоизоляция», которые специально были созданы дизайнерами «Гаража» во время локдауна.



Ил. 2. Скриншот онлайн-медиации по выставке «Секретники» (<https://garagemca.org/ru/event/online-mediation-around-the-exhibition-sekretiki-digging-up-soviet-underground-culture-1966-1985>, 13.05.2020).

Процесс онлайн-медиации проходил следующим образом: посетители подключались к Zoom-конференции в обозначенное время, медиатор со всеми знакомился, объяснял специфику формата, спрашивал

у присутствующих цель посещения и ожидания, уточнял, бывал ли человек на онлайн- или офлайн-медиации ранее. Кроме того, медиатор представлялся сам, называя свои имя, возраст, место учебы и круг интересов, информировал о тайминге, подробно раскрывал название темы. Задачей каждой медиации было углубление в один из узких аспектов проекта, а не пересказ кураторского текста и показ фотографий экспозиции. Сессия длилась примерно полтора часа, за это время группа успевала подробно обсудить и рассмотреть максимум четыре работы, а еще четыре посмотреть мельком. Такой объем позволял достаточно подробно вникнуть в заявленную тему, но при этом не касался абсолютно всех составляющих выставки. Формат сессий также подразумевал посещение онлайн-медиации одними и теми же посетителями, но на разные темы. Ближе к завершению проекта участники также стали просить пройти опрос об онлайн-медиации, результаты которого также рассматриваются в этой статье.

С 30 марта до 6 мая 2020 года онлайн-медиация проводилась четыре дня в неделю по четыре сессии в каждый из дней, однако начиная с 8 мая было решено оставить одну сессию утром, 12:00–13:30, и одну вечером, 16:00–17:30. Позже, с 9 июня, был отменен пропускной режим для передвижения по Москве, 16 июня «Гараж» официально возобновил свою работу для посетителей, открылось музейное здание для посещения, режим самоизоляции в Москве постепенно смягчался. Эти и другие факторы сказались на количестве желающих прийти на онлайн-медиацию: оно постепенно уменьшалось. Мы можем предположить, что посетители стали делать выбор в пользу проведения досуга в офлайне, а не в онлайне — или, как уже упоминалось ранее, команде не до конца удалось разработать способы рассказа посетителям о формате, чтобы привлекать их к участию на протяжении всего проекта.

Утром работал один медиатор, а вечером — другой. Всего на проекте работало шесть медиаторов, таким образом у каждого сотрудника выходило примерно шесть рабочих сессий в месяц. Работа медиатора оплачивалась один раз в конце месяца, у всех была равная фиксированная ставка, вне зависимости от того, сколько людей пришло на сессию. Максимальное количество участников сессии было ограничено шестью посетителями, чтобы медиатор имел возможность пообщаться с каждым посетителем лично.

Во время сессии онлайн-медиации одной из главных задач медиатора было научить посетителя взаимодействовать с художественными работами, вступать с ними в диалог, играя роль активного фасилитатора, а не молчаливого наблюдателя или слушателя. Для этого медиатор открывал на весь экран фотографию работы, представленной на выставке, и задавал по порядку три основных вопроса: «Что вы здесь видите? Что вам это напоминает? Что еще вы здесь видите?». Эти три вопроса являются основным инструментом техники «Визуальные стратегии мышления» (Visual Thinking Strategies, VTS)¹⁰, которая была разработана в конце XX века искусствоведом Филиппом Йенавайном, который на момент разработки технологии являлся сотрудником MoMA в Нью-Йорке и психологом

Абигейл Хаузен. Эта стратегия не идентична медиаторской практике, так как в рамках нее ведущему строго запрещено высказывать свое мнение, задавать собственные оригинальные вопросы. Ведущего такой дискуссии можно назвать фасилитатором, так как он стимулирует продолжение дискуссии, не имея возможности задавать любые вопросы, кроме трех одобренных. Метод VTS является удачной опорной точкой для проведения медиации, однако на него невозможно опираться целиком, так как личная агентность медиатора, исходящая из гендера, возраста, места учебы, круга интересов, в «классической» медиации важна и должна быть четко артикулирована во время сессии. Но при этом методика VTS с 2012 года активно и успешно применяется и в России, а именно в Русском музее, и называется «ART-дискуссии» (2020)¹¹. Также важным аспектом коммуникации являлась передача медиатором опыта между группами: если на предыдущей сессии медиатор узнавал от участников интересный факт, он делился им с участниками последующей группы. Медиатор не просто стимулировал общение и обмен мнениями внутри группы, но и накапливал информацию и нес ее от группы к группе.

Говоря о медиуме Zoom, посредством которого проходили сессии, медиаторы отмечали, что только со временем посетителям становилось привычно включать камеру и смотреть не только на произведение искусства, но и на самих себя. В самом начале проекта, марте и апреле, многим посетителям было некомфортно участвовать в конференции с включенной камерой, поэтому они либо участвовали в обсуждении только голосом, либо писали в чат. Чтобы таких случаев становилось меньше, при телефонном обзвоне и почтовой рассылке накануне сессии координаторы также стали проговаривать участникам, что просят использовать видеокамеру, как для собственного удобства, так и для комфорта медиатора и остальных участников. Чем больше времени проходило, тем большее количество людей включали камеры, что можно объяснить появившейся привычкой пользоваться данным приложением.

Находясь в виртуальном пространстве, медиаторы также обладали уникальной возможностью приближать, отдалять картинки с изображениями предметов искусства, сравнивать объекты, размещая их на одной странице. С одной стороны, объекты не были реальными, как в физическом мире, зато была возможность коллективно познакомиться и обсудить объект буквально со всех его сторон. Реальное выставочное пространство было оснащено звуками сигнализации на случай, если кто-то просто подойдет к объекту слишком близко. Трогать объекты было запрещено, а рассмотреть их детали было довольно проблематично, так как, повторяясь, представленные объекты были небольших размеров.

В завершение каждой сессии, начиная с мая, медиаторы также придумали не просто прощаться с посетителями и приглашать их на следующую встречу, а внедрили ритуал, который стали повторять в завершении каждой сессии: гадание по сборникам стихотворений российского неофициального художника Дмитрия Александровича Пригова. На выставке «Секретики» были представлены две его работы, но медиаторам хотелось

подчеркнуть значимость его творчества в каждой медиации, даже напрямую не посвященной ему. Для гадания посетитель называл любое слово, и посредством комбинации «Command F» медиатор находил для посетителя четверостишие. Бывало, что некоторые слова не находились ни в одном из поэтических сборников Пригова, и тогда медиатор просил участника заменить слово. Такое «виртуальное печенье» с предсказанием также положительно влияло на полученный участниками опыт, о чем многие сообщали медиатору вербально.

Исследователи Захава Дёринг и Эндрю Пекаррик назвали вводные, с которыми посетитель изначально попадает в музей, «входным нарративом». «Входной нарратив» состоит из трех компонентов: 1) взгляды на мир, 2) уже имеющаяся релевантная проекту информация, 3) личные воспоминания и эмоции (Doering and Pekarik 1996). Чем ближе эти компоненты резонируют с посетителями, тем успешнее оценивается поход в музей. Интересно, что в ситуации мирового локдауна эти составляющие совпадали у большей части посетителей: люди были вынуждены находиться в своих домах вне зависимости от того, из какой страны они присоединялись к медиации; их перемещение за пределами дома было жестко ограничено, они участвовали в медиации, находясь не в музее, обладая большим количеством свободного времени. Естественно, настолько схожие вводные данные сильно сближали группу и создавали канву разговора.

За все время проведения онлайн-медиации, а именно с 30 марта по 31 июля, было проведено всего 166 публичных сессий, которые посетили более 500 человек. С одной стороны, когда речь идет о музейной педагогике, 500 человек — это достойная цифра для отчетности о результатах работы проекта, но когда музей переходит в онлайн-формат и тем самым вступает в конкуренцию с онлайн-агрегаторами, чей месячный трафик исчисляется миллионами уникальных пользователей, встает вопрос: должен ли музей адаптировать свои стратегии взаимодействия, чтобы конкурировать с ними, и каким образом этого можно добиться? По данным компании Statista (Armstrong 2019), уже не первый год в десятку самых популярных сайтов в мире входят Facebook, Instagram, Pornhub, YouTube. Например, каждый день на YouTube заходит более 600 миллионов человек, каждый из которых в среднем проводит там по 29 минут, а доступен сайт на более чем 80 языках. Естественно, о подобной статистике в музейной среде и речи не идет, но имеет ли в таком случае смысл культурным институтам вообще выходить в онлайн, где правила коммуникации с аудиторией совсем иные? Например, Пушкинский музей в октябре 2020 года пригласил к себе популярного TikTok-блогера Даню Милохина¹², который снял в музее видео, где танцует на фоне статуи Давида, набравшее 467 тысяч лайков, почти 17 тысяч комментариев и более шести тысяч репостов¹³. С одной стороны, музей предпринял попытку коллаборации с популярным среди молодежи блогером — с другой стороны, подвергся критике со стороны многих постоянных посетителей и музейного сообщества. Кроме того, отследить количество пришедшей от Милохина аудитории представляется почти нереальным, в то время как мы знаем имя, город

и контактные данные каждого человека, принявшего участие в онлайн-медиации, а значит, имеем возможность провести с ним глубинное интервью для анализа формата или включить его в музейную рассылку, что делает его частью сообщества музея.

Так или иначе, любой институции, желающей оставаться актуальной и востребованной в XXI веке, придется отвечать запросам своей аудитории, предварительно изучая ее привычки и потребности. Большинство городского населения во всем мире сегодня проводит в гаджетах как минимум несколько часов в день. Например, мой телефон сейчас показывает, что экранное время за день составило более девяти часов, и это даже не конец дня. Причем такая модель поведения сформировалась (и у меня, и у многих других людей) задолго до появления коронавируса. Поэтому еще одна гипотеза данной статьи состоит в том, что переход медиации и других образовательных форматов в онлайн произошел бы в любом случае, просто Covid-19 этот процесс ускорил. Здесь уместно процитировать слова куратора и теоретика современного искусства Марии Линд, которая уже упоминалась в данной работе:

«Настал момент вместе с экспериментами развивать и формы медиации. Пришло время серьезно обсудить вопрос, как искусство функционирует в обществе, и более великодушно обходиться с имеющимися материалами. <...> Медиация может восприниматься куда шире: в сущности, она посвящена созданию интерфейсов взаимодействия (contact surfaces) между людьми, произведениями искусства и кураторскими проектами; она учреждает различные формы и настраивает интенсивность коммуникации вокруг искусства и о нем» (Lind 2018: 103).

Онлайн-медиация стала еще одним интерфейсом, позволяющим людям вести диалог, вдохновленный искусством, и для ситуации практически полного локдауна с начала весны и до конца лета 2020 года она стала востребованным инструментом поддержания диалога между «Гаражом» и более 500 посетителями со всего мира.

Аудитория онлайн-медиации

В уже упомянутой статье Дарья Маликова (2018) задается вопросом о том, кто ходит на медиаторские экскурсии. Из результатов ответов 808 посетителей 4-й Уральской индустриальной биеннале следует, что большую часть участников, а именно 57%, составляет «перспективная» аудитория. Именно она предпочитает знакомиться с проектом в сопровождении медиатора, так как, вероятно, ищет помощи для погружения в контекст. Под перспективной аудиторией подразумеваются люди, реже всего посещающие музеи и выставки в сравнении с двумя другими видами аудитории: «ядром» (посетителями, регулярно посещающими выставки, лекции, кинопоказы и так далее) и «периферией» (аудиторией, посещающей музей чуть реже, чем ядро). Основными впечатлениями от медиации у «перспективных» посетителей были слова «любопытно» и «ново». Также 56% участников

после медиации отметили, что их отношение к современному искусству после медиации улучшилось, а для 43% оно осталось прежним, что не несет в себе негативной коннотации, так как качественный анализ ассоциаций показывает, что о сохранении прежнего отношения скорее говорят люди, которые изначально были настроены позитивно или нейтрально. Из данных исследования можно сделать вывод, что такой формат диалога с медиатором в первую очередь пользуется спросом у «перспективных» посетителей, которые не являются профессионалами сферы или постоянной аудиторией музея, и поэтому больше других нуждаются в навигации и знакомстве с новой для них информацией.

Анализ аудитории, посетившей онлайн-медиацию по «Секретикам», позволяет выделить две условные группы: посетители, зарегистрировавшиеся самостоятельно, и коллективы, пришедшие на специально отведенный для них сеанс. Первая группа составила 90% посетителей онлайн-медиации, так как зарегистрироваться на сайте мог любой желающий. При регистрации надо было указать имя, фамилию, адрес электронной почты и номер мобильного телефона. Эта информация давала возможность понять, у посетителя российский номер мобильного или нет, мужчина это или женщина, был ли человек ранее на сессиях, или это первая регистрация. Координатор передавал эту информацию медиатору, чтобы тот мог спрогнозировать погруженность человека в тему, его местоположение и другие вводные данные. Например, однажды на медиацию, касающуюся научной фантастики в СССР и Юрия Соболева, пришла куратор-исследовательница этой темы. Так как медиатор знала это из регистрации заранее, она начала вести беседу, упоминая годы, события и имена, интересные именно для посетителя-специалиста. Кстати, после проведения этой сессии куратор предложила прочитать лекцию в рамках публичной программы к выставке¹⁴, так что данное событие косвенно также можно определить как медиаторский проект.

Ко второй группе аудитории относятся сообщества, которые приходили коллективно. Такие сессии ставились отдельно от основного расписания, чтобы не сокращать количество встреч для свободной регистрации. Например, подобной группой были подростки 11 лет из художественного колледжа, расположенного неподалеку от «Гаража». Для них медиатор добавил небольшой мастер-класс по рисованию во время онлайн-медиации, чтобы подстроиться под запросы подростковой аудитории. Также была реализована серия из пяти встреч с представительницами третьего возраста, которые уже третий год занимаются при «Гараже» в рамках профессиональной программы по работе с пенсионерами. Им читают лекции и проводят мастер-классы сотрудники музея и приглашенные специалисты. Так как на выставке раскрывается контекст 1960-х и 1980-х в СССР, которые пришлось на молодость этих участников, на медиацию данная категория приходила особенно охотно. Все встречи с этими группами вели одни и те же медиаторы, которым было интересно работать с такой целевой аудиторией, и можно было наблюдать, как посетители со временем привыкали к ведущему, что позволяло им больше раскрываться и делиться идеями.



Ил. 3. Скриншот онлайн-медиации по выставке «Секретники» (<https://garagemca.org/ru/event/online-mediation-around-the-exhibition-sekretiki-digging-up-soviet-underground-culture-1966-1985>, 20.04.2020).

Еще одной категорией посетителей, которую можно выделить, стали постоянные участники онлайн-медиации. Они составили примерно 20% от всей аудитории, что относительно немного, но наличие даже одного регулярного посетителя в группе создавало для медиатора дополнительную задачу. За все время проекта было два посетителя, которые посетили более 20 сессий, темы которых иногда даже повторялись. Свой интерес к онлайн-медиации они объясняли тем, что не хотят упускать возможность регулярно знакомиться и общаться с новыми людьми в ситуации, когда заводить новые социальные контакты в офлайн-жизни из-за коронавируса невозможно.

В гендерном отношении аудитории проекта состояла примерно на 80% из посетительниц и 20% из посетителей. Самой молодой участнице, которая приходила на медиацию, было 11 лет, а самому взрослому участнику — 65 лет. Количество участников, впервые участвующих в арт-медиации, составило ровно половину пришедшей аудитории. Посетителей, пришедших на онлайн-медиацию и проживающих в Москве, оказалось 68%, вторым по популярности городом, откуда подключались участники, был Санкт-Петербург — 12%, на третьем месте — Екатеринбург с 7%. Из пришедших на онлайн-медиацию 75% ранее бывали в «Гараже»; на выставке «Секретники» до участия в онлайн-медиации побывали 60%. Также проведение медиации в онлайн-формате позволило преодолеть географическую дистанцию между институцией, расположенной в Москве, и аудиторией, проживающей в разных городах и странах. В онлайн-медиации приняли участие люди из Москвы, Санкт-Петербурга, Екатеринбурга, Великого Новгорода, Перми, Новосибирска, а также русскоговорящая аудитория из Финляндии, Армении, Грузии, Азербайджана, Швейцарии, Австралии, Беларуси, Франции, Италии, США.

Мария Линд отмечает, что «партиципаторное образование основано на предположении, что у зрителей есть недостаток (deficiency) —

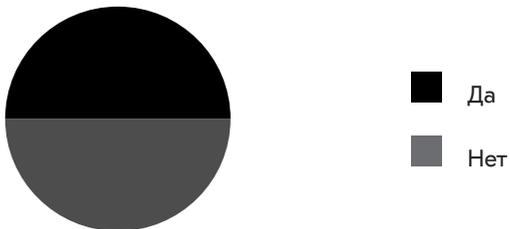
пробел, который необходимо преодолеть, или даже конфликт, который нужно решить» (Lind 2018: 103). При этом отделы PR и маркетинга в музеях больше озабочены ощущаемым отсутствием контакта между сторонами, «недопониманием». Смысл в том, что нужен своего рода «сервис знакомств», который поможет наладить контакт между людьми и «вещами»; в данном случае таким сервисом для аудитории являлась онлайн-медиация, а «пробелы» у каждого были свои. И это притом, что, по признанию некоторых участников, на время самоизоляции они оказались в ситуации постоянного пребывания с родственниками, друзьями, соседями по квартире — и ищут общения с новыми людьми, чтобы отвлечься от рутины. Также были случаи, когда на сессию приходили участники, проживающие в одном пространстве, но подключающиеся с разных гаджетов и из разных комнат, что также было обусловлено желанием сепарироваться хотя бы на полтора часа. Напомню, что максимальным количеством участников сессии было шесть человек, и в абсолютном большинстве случаев участники сессии оказывались незнакомы друг с другом. Это являлось положительным фактором для групповой динамики, так как если участники лично друг друга не знают, они легче вступают в диалог.

После проведения каждой сессии медиаторы заполняли таблицу для внутреннего анализа проекта, где указывали город участника, был ли он ранее на выставке «Секретики» и в «Гараже» вообще, включил ли во время сессии камеру или нет; там же формулировались личные наблюдения модератора, если таковые имелись. Благодаря этой отчетности сегодня мы обладаем данными, на которые имеем возможность ссылаться, в том числе в данной статье. Также по окончании сессии медиаторы высылали участникам ссылку на анонимный опрос, который прошли всего 32 участника, но, тем не менее, кажется важным упомянуть его результаты. Опрос состоял из семи закрытых вопросов с предложенными на выбор вариантами ответов, а также из двух открытых вопросов: «Откуда вы узнали про онлайн-медиацию?» и «Что вам запомнилось больше всего?». Более 65% участников ответили, что слушать ответы и мнения других участников сессии было скорее интересно, что они заинтересовались деятельностью «Гаража» и с наибольшей вероятностью посетят музей после снятия ограничительных мер. Таким образом, полученная статистика в целом совпадает со статистикой аудитории, посещающей музей не во времена коронавируса. Исходя из полученных ответов, мы можем предположить, что лояльность к институции повысилась — и посетители захотят вернуться в «Гараж» снова.

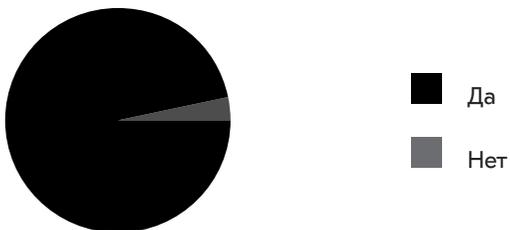
Медиаторы проекта

Медиатор чаще всего является наемным сотрудником. Насколько нам известно, первой культурной институцией в России, которая собирается сделать эту позицию штатной единицей расписания, является фонд V-A-C, о чем сотрудники фонда заявляют в своей статье-манифесте на сайте

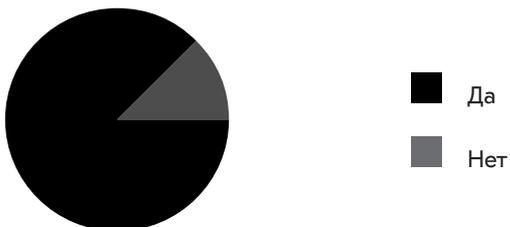
Я участвовал(а) в медиации впервые (32 ответа)



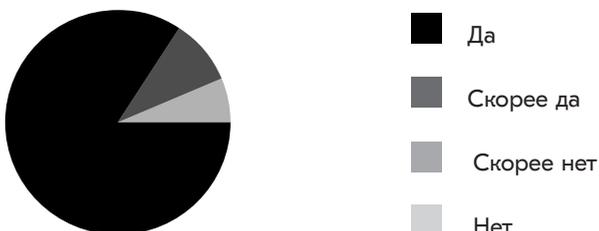
Атмосфера на медиации была дружеской? (32 ответа)



На ваш взгляд, медиация является продуктивным способом знакомства с производением искусства? (32 ответа)



После медиации ваш индекс лояльности к «Гаражу» повысился? (32 ответа)



Ил. 4. Результаты опроса по участию в онлайн-медиации (<https://garagemca.org/ru/event/online-mediation-around-the-exhibition-sekretiki-digging-up-soviet-underground-culture-1966-1985>, 31.07.2020).

Syg.ma (Конончук, Луппо, Олюнина, Панфилец и Пасичник 2020). Эта тенденция кажется воодушевляющей: к сожалению, различные культурные институции в России и мире регулярно нарушают права работников — не выплачивают гонорары или увольняют. Например, 7 сентября 2020 года экс-медиаторка «Гаража» Диляра Ташмухамедова написала в своем Facebook-профиле (не уточняя, о какой институции речь), что набранный коллектив медиаторов организаторы попытались оставить без оплаты совсем:

«До вчерашнего дня я собиралась работать на одной ярмарке современного молодого искусства. <...> все остановилось в момент, когда я спросила в общий чат об условиях оплаты. Оказалось, что все мы, медиаторы, здесь были на волонтерских основаниях, но прямо об этом нам сообщили впервые — даже в объявлении о наборе отдельно искали волонтеров, отдельно медиаторов. Высказав свое недовольство этими обстоятельствами, я получила ответ от администрации о том, что мы все здесь работаем на "собственном энтузиазме, любви к искусству", некоторые абсолютно нормальные вещи, как 5.5 часовой график, выдавались за уступки ради нашего удобства, а на выходе — мы получаем опыт работы на мероприятии и знакомство с современными художниками» (Ташмухамедова 2020)¹⁵.

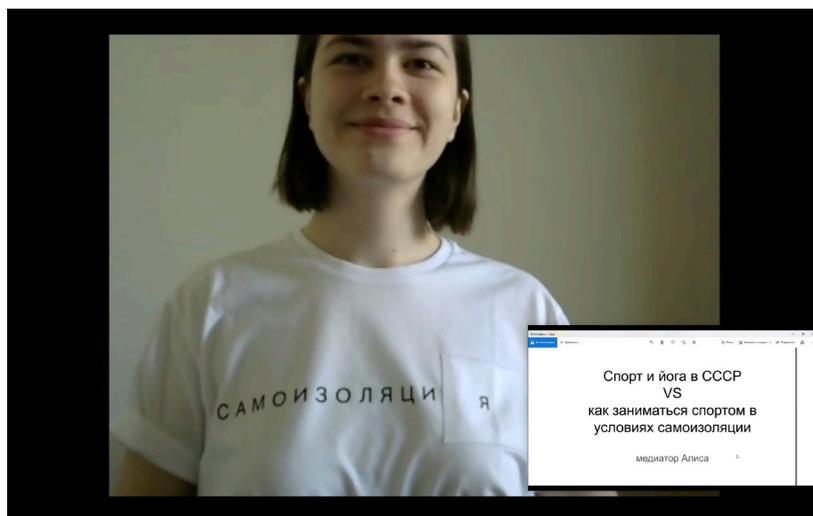
16 апреля 2020 года на платформе Syg.ma был опубликован текст медиаторов киевского «ПинчукАртЦентра» (Дмитриевская 2020), в котором медиаторы поделились опытом невыплаты зарплаты со стороны институции, некорректного отношения к ним со стороны руководства и, как результат, решением создать профсоюз медиаторов. После публикации текста была проведена публичная дискуссия медиаторов, запись которой сохранилась в YouTube-канале Syg.ma («Беседа с Анастасией Бондаренко» 2020). По сути, профессию медиатора можно отнести к прекариату, классу, который впервые обозначил и начал исследовать британский экономист Гай Стэндинг. Автор фиксирует, что,

«вступая во взрослую жизнь при выпуске из колледжа или университета, молодые люди рассчитывают на классические гарантии труда: возможность реализовать концепцию полной занятости, регулирование процесса найма и увольнений, взыскание штрафа с работодателя за несоблюдение правил. <...> Состояние современной экономики таково, что она не может предложить это молодому человеку. Отличительная черта прекариата — нестабильность дохода и его структура» (Стэндинг 2014: 26).

Чаще всего медиаторами становятся именно студенты или недавно закончившие ВУЗ молодые люди.

До пандемии выставка «Секретики» должна была работать с декабря 2019 года до мая 2020 года. Всего на проект изначально были набраны 21 медиатор для ежедневной сменной работы на площадке и один координатор. В марте, когда музей вынужденно был закрыт и вся деятельность была переведена в онлайн, было решено оставить шесть медиаторов. Важно отметить, что подобное сокращение было вызвано сокращением рабочих смен в онлайн по сравнению с офлайн, однако,

несмотря на это, в марте оплату за заранее составленное расписание получили абсолютно все медиаторы.



Ил. 5. Медиатор выставки «Секретки» Алиса Савина (<https://garagemca.org/ru/event/online-mediation-around-the-exhibition-sekretiki-digging-up-soviet-underground-culture-1966-1985>, 09.04.2020).

Возрастной диапазон среди онлайн-медиаторов составил от 20 до 23 лет. Все медиаторы были студентами гуманитарных факультетов, связанных с искусствоведением, культурологией и визуальной культурой. Уже имеющиеся знания и навыки безусловно помогли им в медиаторской деятельности.

С апреля по июль 2020 года, помимо проведения сессий онлайн-медиации, медиаторы созванивались в рамках обсуждения внутренних рабочих процессов три раза в неделю. Таким образом, работа по совершенствованию медиаторских техник и механики ведения онлайн-медиации шла перманентно на протяжении всего проекта.

Дополнительные форматы: дневники, диалоги и подкасты медиаторов

Распространенной практикой в работе с медиаторами являются «медиаторские проекты». Медиаторский проект может быть инициирован одним медиатором, коллективом медиаторов или штатными сотрудниками институции. Такой проект реализуется в дополнение к работе медиатора на выставке. Одним из таких проектов, который реализовывался в «Гараже» и ранее, является дневник медиатора, который также служит и инструментом анализа. Такой опыт саморефлексии позволяет взглянуть на медиаторский опыт по-новому, увидеть преимущества и недостатки, которые могли остаться незамеченными. В дневниках, не оглашая имен посетителей, медиаторы фиксируют свои впечатления и чувства, описывают запоминающиеся случаи, ведут учет допущенных оплошностей и найденных способов решения проблем, отслеживают собственную

точку роста. Например, на сайте «Гаража» опубликованы дневники медиаторов проектов «Безграничный слух» (Кравченко 2018)⁶, «Бюро переводов» (2019)¹⁷, «Арт-эксперимент. Вы в эфире» (2020)¹⁸.

Дневники, осмысляющие опыт онлайн-медиации по «Секретикам» («Медиаторы и дневники» 2020)¹⁹, публиковались на сайте раз в неделю в течение всего проекта. В дневнике всегда указывались имя медиатора, дата проведения сессии, ее название и личная оценка медиатора проведенного обсуждения. Например, запись Евгении Койновой от 27 апреля выглядит следующим образом:

«1 медиация. Тяжело. Первый раз медирую по чему-то, что связано с литературой. Повезло, что был мой коллега, Федя, мы вместе впряглись в эту телегу.

2 медиация. Я и не ожидала, что во второй раз все пройдет так хорошо. Со второй группой медиация прошла достаточно насыщенно и гладко: я была уже «натренирована» и участники были очень активные. Среди них были экскурсовод «Гаража», сотрудник нижегородского ЦСИ Арсенал, студентка из Санкт-Петербурга и медиатор «Гаража». Все очень интересные люди, у нас получилась гармоничная беседа. На этот раз поэзию оказалось обсуждать проще, так как у всех было свое мнение и определенный эмоциональный отклик, которым они не боялись делиться.

В медиации по поэзии и произведениям, связанным с литературой, я выбрала такую стратегию: выбираю несколько тезисов об объекте/поэзии из исследовательской литературы, задаю вопросы, которые выведут нас на обсуждение этих тезисов, закрепляем свое отношение к этому тезису в совместном обсуждении».

В данном случае Евгения сконцентрировалась на анализе формата медируемого материала, описала групповой портрет и поделилась личными впечатлениями о прошедшей сессии. Другой стиль ведения дневника можно наблюдать у медиатора Игоря:

«Вечер 2 мая

К медиации вместе с уже участвовавшими посетителями подключилась девушка, живущая 5 лет в Калифорнии и позиционирующая себя как художник. Ее бэкграунд часто устраивал разговор по принципу сравнения реалий там-здесь. Особенно интересно это было, когда мы перешли от разговора про репрессии по отношению к художникам в СССР к более свежим кейсам, связанным с арт-группой «Война» и Павленским. Помимо взаимоотношений художников с властными структурами в принципе и органами правопорядка в частности зашел разговор о свободе творчества и ответственности за творчество на примере молодежной музыки и историй с отменами концертов и провокационными текстами некоторых песен».

Помимо дневников медиаторы также прибегли к дополнительному формату, позволяющему выйти за рамки «классической» медиации — «Диалоги медиаторов» (2020)²⁰. Медиаторы регулярно отмечали во время сессий, что есть ряд участников, которые интересуются заявленной темой, но испытывают нежелание вступать в диалог. Если бы группы были более шести человек и все проходило в офлайне, медиатор мог бы не приглашать такого посетителя к диалогу, видя его неловкость. Но когда группа

состоит максимум из шести человек и всех их видно на большом экране, медиатору становится труднее игнорировать участника, а участник, в свою очередь, не может спрятаться за чьей-то спиной. Здесь уместно уточнить, что одним из популярных форматов видео в YouTube является «Let's play»: зрители в режиме реального времени наблюдают, как игроки проходят уровни компьютерных игр, но при этом сами не принимают в игре участия. Формат «диалоги медиаторов» отчасти можно сравнить с «Let's play». В диалоге участвуют два медиатора, которые берут чуть более широкую тему, чем для медиаций, и полтора часа обсуждают ее публично, с онлайн-трансляцией в Facebook и YouTube. Таким образом, зрители могут узнавать новую информацию, не включая камеру, и реагировать, оставляя комментарии под видео. За время проекта было проведено девять диалогов медиаторов, каждый из которых длился полтора часа, а количество суммарных просмотров на YouTube составляет (на конец 2020 года) 3225. Важную роль в диалогах имела визуальная составляющая, а со временем появилось желание сместить акцент с визуальности на аудиальность, поэтому были придуманы «Подкасты медиаторов» (2020)²¹.

16 июня 2020 года «Гараж» снова открылся для посетителей, и после длительных обсуждений было решено оставить медиацию только в онлайн, чтобы не подвергать опасности при живом взаимодействии ни сотрудников, ни посетителей. Посетители все еще имели возможность зарегистрироваться и посещать и онлайн-медиацию, и диалоги медиаторов, но хотелось также сориентировать людей в здании музея. Тогда мы придумали записать подкасты и разместили аудиодорожки на SoundCloud, а табличку с qr-кодом на подкасты поставили на стойку информации в музее, так как главная цель этих подкастов была сориентировать и проинформировать посетителей, оказавшихся в физическом выставочном пространстве. Каждый медиатор выбрал интересующую его тему, которую раскрыл на примере представленных на выставке работ. Всего получилось шесть аудиодорожек, каждая длиной примерно в 22 минуты. Подкасты были посвящены научной фантастике в СССР и журналу «Знание-сила», акционизму группы «Мухомор», телесности, женщинам-художницам неофициального советского искусства, выставочным практикам и «секретикам» самой выставки.

Онлайн-медиация в других российских институциях

Формат онлайн-медиации летом 2020 года среди российских институций также был реализован в Московском музее современного искусства (ММОМА), а также в «Манеже» и Русском музее в Санкт-Петербурге. На сайте ММОМА зафиксированы анонсы 40 встреч, которые прошли в рамках 17 оригинальных тем с 30 апреля по 29 августа 2020 года. Количество участников сессии ограничивалось максимум пятью посетителями, длительность одной встречи составляла один час, а сессию вели сразу двое представителей институции. В анонсах говорится, что встречи инициированы

экскурсионным отделом музея, а формат обозначен как «диалог между гидами и участниками». Слова «медиация» или «онлайн-медиация» не употребляются, однако из описания события следует, что институция предлагала не экскурсионный, а именно партиципаторный, медиаторский формат общения. Проект был назван «Работы, которые вы не заметили» (2020)²², и в рамках него гиды музея рассматривали как работы с уже завершившейся на тот момент выставки «Генеральная репетиция», так и работы с проходившего весной и летом проекта «ММОМА 99».

В питерском пространстве «Манеж» онлайн-медиация проходила с 25 мая по 13 июня 2020 года, состоялось 15 встреч, в рамках которых обсуждались три видеоработы, что зафиксировано на сайте институции. Одной из работ было посвящено пять встреч, каждая из которых являлась самостоятельной медиацией и не требовала повторного возвращения посетителя («Онлайн арт-медиация» 2020)²³. Онлайн-медиация строилась по уже прошедшему на тот момент выставочному проекту художественной группы AES+F. Ведущей всех сессий выступила сотрудница отдела кураторских проектов Наталья Ополченова. Тогда как сотрудники «Манежа» проводили онлайн-медиацию по видеоработам, остальные институции брали для обсуждений живопись, фото и дневниковые документы.

В Русском музее было проведено три медиаторских сессии: 19 июня, 26 июня и 3 июля 2020 года, что зафиксировано на сайте музея («Онлайн-медиации в Русском...» 2020)²⁴. Разработчиком медиации и собственно медиатором выступил ведущий методист по музейно-образовательной деятельности музея Алексей Бойко. Все три медиации были заявлены на разные темы и связаны не с современным искусством, как в остальных случаях, а с классической живописью: работами Карла Брюллова, Ивана Айвазовского, Василия Сурикова. Еще двумя значимыми отличительными чертами было местонахождение ведущего онлайн-медиации и платная форма участия. Бойко не просто находился в окошке Zoom, а присутствовал непосредственно в залах музея у самих работ, которые служили материалом для встречи. В отличие от бесплатных онлайн-медиаций «Гаража», «Манежа» и ММОМА билет на сессию онлайн-медиации Русского музея стоил 700 рублей.

Заключение

В данной работе подробно рассмотрен кейс реализации онлайн-медиации, инициированный и запущенный отделом просвещения «Гаража» в 2020 году. Помимо уже упомянутых численных показателей проекта остаются итоги, которые мы не можем оценить в количественном эквиваленте: образовательный процесс, эмоциональный аспект, оставшиеся воспоминания и полученные знания, знакомство с новыми людьми, развитие навыка критического мышления.

Ценности, присущие арт-медиации в офлайне, — возможность диалога и свободного высказывания, анализ и изучение аудитории,

реализация медиаторских проектов, — перенести в онлайн-формат удалось. Постепенно адаптировавшись к Zoom-формату, посетители стали смело высказывать свое мнение. Все большему числу участников становилось комфортно включать камеру, подключаться к сессии с личного аккаунта, даже если они проживали совместно с другими участниками. Также удалось реализовать медиаторские проекты на онлайн-платформах: SoundCloud, Apple Podcast, YouTube и Facebook. Географию аудитории в онлайн также оказалось намного реальнее и проще расширить, чем в офлайне. Данный проект обеспечил участникам высокую степень доступности к культурной сфере, при этом миновав взаимодействие с реальным музейным предметом, тактильность и нахождение посетителя в реальном музейном пространстве.

Проблемными вопросами данного формата остаются следующие пункты: стоит ли музеям, выходящим в интернет, подстраиваться под стратегии взаимодействия со своей аудиторией онлайн-сервисов с миллионами подписчиков? Как музеям найти свой уникальный способ взаимодействия с посетителями в онлайн? Как не просто переносить уже существующие проекты в интернет, а адаптировать их под специфику онлайн-работы? Что оставлять неизменным, от чего отказываться, а что, наоборот, стоит внедрить?

Будет ли онлайн-медиация реализована снова, если музеям больше не будет необходимости закрывать свои помещения? Это вполне вероятно, но нам кажется, что, скорее всего, будущее большинства музейных и культурных форматов — за гибридными формами культурных проектов. Мы предполагаем, что институции будут адаптировать формат каждого отдельного проекта под конкретный запрос аудитории и задачи музея, и проекты будут реализовываться и в офлайн-, и в онлайн-виде. Онлайн-медиация по выставке «Секретики» служит подтверждением данной гипотезы.

1. Выставка «Секретики: копание в советском андеграунде. 1966–1985» (2019–2020, 19 декабря — 1 августа) Музей современного искусства «Гараж», <https://garagemca.org/ru/event/online-mediation-around-the-exhibition-sekrefiki-digging-up-soviet-underground-culture-1966-1985> (27.12.2020).
2. Art Mediation (2020, October 26) Manifesta, <https://manifesta.org/network/art-mediation/> (27.12.2020).
3. Митюшина А (2020, 16 ноября) Личная коммуникация, переписка по электронной почте, раздел медиации на сайт «Гаража».
4. Там же.
5. Там же.
6. Перформативная медиация «Руководство к (недо)пониманию» (2018, 8 июня — 2 сентября) Музей современного искусства «Гараж», <https://>

- garagemca.org/ru/event/performative-mediation-a-mis-reader-s-guide-to-listening (27.12.2020).
7. Проект «Бюро переводов» (2019, 7 марта — 15 мая) Музей современного искусства «Гараж», <https://garagemca.org/ru/exhibition/bureau-des-transmissions> (27.12.2020).
 8. Платформа Самоизоляция (2020, 14 марта — 16 июня) Музей современного искусства «Гараж», <https://self-isolation.garagemca.org/ru> (27.12.2020).
 9. MoMA Magazine (2018, October 15) MoMA, <https://www.moma.org/magazine/> (27.12.2020).
 10. Visual Thinking Strategies (2008, December 12) VTS Website, <https://vtshome.org/> (27.12.2020).
 11. ART-дискуссии в Русском музее (2020, 4 июля) Русский музей, <https://ruseum.ru/news/art-discussion-in-the-russian-museum/> (27.12.2020).
 12. Даня Милохин впервые пришел в музей (2020, 26 ноября) Facebook-страница ГМИИ им. А. С. Пушкина, <https://www.facebook.com/183283928353574/posts/4161142490567678/> (27.12.2020).
 13. Даня Милохин танцует в TikTоке (2020, 26 ноября) TikTok-аккаунт Дани Милохина, https://www.tiktok.com/foryou?lang=ru-RU#/@danya_milokhin/video/6899470445230214401 (27.12.2020).
 14. «От Востока к Западу: модульный принцип в творчестве Юрия Соболева» (2020, 1 июля) Музей современного искусства «Гараж», <https://garagemca.org/ru/event/a-lecture-by-anna-romanova-east-to-west-modular-principle-in-the-practice-of-yuri-sobolev> (27.12.2020).
 15. Ташмухамедова Д (2020, 7 сентября) *Я поняла, чего стоит мой труд и моя квалификация*. Пост на личной странице Facebook https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=651716952416239&id=100027338203916 (27.12.2020).
 16. Кравченко А. Эссе Практик чувствования (2018, август) <http://twa.ru.anyakravchenko.com/3/> (27.12.2020).
 17. Медиаторы проекта «Бюро переводов» (2019, 7 марта — 15 мая), Москва, Россия. Музей современного искусства «Гараж». <https://garagemca.org/ru/event/bureau-des-transmissions-mediators> (27.12.2020).
 18. Медиаторы проекта «Арт-эксперимент. Вы в эфире» (2020, 2—12 января), Москва, Россия. Музей современного искусства «Гараж». <https://garagemca.org/ru/event/art-experiment-you-re-on-air-mediators> (27.12.2020).
 19. Медиаторы и дневники онлайн-медиации на выставке «Секретики: копание в советском андеграунде. 1966—1985» (2020, 30 марта — 31 июля), Москва, Россия. Музей современного искусства «Гараж». <https://garagemca.org/ru/event/mediators-and-online-mediation-diaries-dedicated-to-the-show-sekretiki-digging-up-soviet-underground-culture-1966-1985> (27.12.2020).
 20. Диалоги медиаторов по выставке «Секретики» (2020, 15 мая — 31 июля), Москва, Россия. Музей современного искусства «Гараж», <https://garagemca.org/ru/event/sekretiki-mediators-dialogues> (27.12.2020).
 21. Подкасты медиаторов по выставке «Секретики» <https://garagemca.org/ru/podcasts>

- org/ru/event/2948/materials/podkasty-mediatorov-po-vystavke-sekretiki-mediators-podcasts-accompanying-the-show-sekretiki-digging-up-soviet-underground-culture-1966-1985 (27.12.2020).
22. Работы, которые вы не заметили (2020, 30 апреля — 5 сентября), Москва, Россия. Московский музей современного искусства. http://www.mmoma.ru/mmoma-9919/raboty_kotorye_vy_ne_zametili/ (27.12.2020).
 23. Онлайн арт-медиация по произведениям коллектива AES+F (2020, 25 мая — 13 июня), Санкт-Петербург, Россия. Центральный выставочный зал «Манеж». <http://manege.spb.ru/events/onlajn-art-mediatsii-po-proizvedeniyam-kollektiva-aes-f/> (27.12.2020)
 24. Онлайн-медиации в Русском музее. Этюды критического мышления (2020, 19 июня — 3 июля) Школа Мастерс, <https://masters-project.ru/ru/courses/offline/online-rus-museum/> (27.12.2020).

Благодарности

Автор благодарит двух анонимных рецензентов, редакторов The Garage Journal Андрея Завадского и Юрия Юркина за ценные комментарии и наставления, а также Школу медиации на базе Уральской индустриальной биеннале, в которой автор обучался с весны по осень 2020 года.

Библиография

1. Беседа с Анастасией Бондаренко, главой профсоюза медиаторов ПинчукАртЦентра (2020, 31 мая) *YouTube-канал Syg.ma*, <https://www.youtube.com/watch?v=avuL334dwIE> (27.12.2020).
2. Бишоп К (2018) *Искусственный ад. Партиципаторное искусство и политика зрительства*. Москва, V-A-C press: 16.
3. Бойко А (2015) Медиаторы? Экскурсоводы? Педагоги? В: Кудрявцева С; Русакова Е (ред), *Музей и музейщики: проблемы профессионального образования: Материалы международной конференции 14–15 ноября 2014*. Санкт-Петербург, Издательство Государственного Эрмитажа: 78–82.
4. Дмитриевская Н (2020, 16 апреля) Профсоюз медиаторов «ПинчукАртЦентра». История в двух частях. Syg.ma, <https://syg.ma/@nastya-dmitrievskaya/profsoiuz-mediatorov-pinchukarttsentra-istoriia-v-dvukh-chastiakh> (27.12.2020).
5. Евдокимова М (2018, 3 апреля) «Мнение каждого посетителя верно»: Кто такие медиаторы и как они заменяют музейных экскурсоводов. Как фонд V-A-C пытается говорить о современном искусстве с горожанами. *The Village*, <https://www.the-village.ru/weekend/industry/307659-kto-takie-mediator-i-zachem-oni-nuzhny> (27.12.2020).
6. Кличук Я (2015) Арт-медиация после экскурсоведения. В: Кудрявцева С; Русакова Е (ред), *Музей и музейщики: проблемы профессионального*

- образования: Материалы международной конференции 14–15 ноября 2014. Санкт-Петербург, Издательство Государственного Эрмитажа: 66–70.
7. Конончук Л; Луппо Г; Олюнина А; Панфилец А; Пасичник Д (2020, 7 мая) К медиации. Syg.ma, <https://syg.ma/@sygma/k-miediatsii> (27.12.2020).
 8. Маликова Д (2018) Зрительский опыт и медиация: работа с ожиданиями и отношением посетителей. В: Прудникова А (ред), «Что-то новое и необычное»: аудитория современного искусства в крупных городах России. Москва, Екатеринбург, Кабинетный ученый; Екатеринбург, Екатеринбургская академия современного искусства: 166–212.
 9. Пятая уральская индустриальная биеннале современного искусства (2019) Медиация — это современная стратегия коммуникации с аудиторией. Программа, <https://fifth.uralbiennale.ru/program/mediation/> (27.12.2020).
 10. Стэндинг Г (2014) *Прекариат: Новый опасный класс*. Москва, Ад Маргинем Пресс: 26.
 11. Что такое арт-медиация? (2014) *Манифеста 10*, <http://m10.manifesta.org/ru/education/art-mediation/index.html> (27.12.2020).
 12. Armstrong M (2019, 25 ноября) The World's Most Popular Websites. *Statista*, <https://www.statista.com/chart/17613/most-popular-websites/> (27.12.2020).
 13. Doering Z; Pekarik A (1996) Questioning the entrance narrative. *Journal of Museum Education*, 21(3): 20–22.
 14. Falk J; Dierking L (2013) *The Museum Experience Revisited*. Walnut Creek, Left Coast Press: 25–30.
 15. ICOM (2019, July 25) ICOM announces the alternative museum definition that will be subject to a vote, <https://icom.museum/en/news/icom-announces-the-alternative-museum-definition-that-will-be-subject-to-a-vote/> (27.12.2020).
 16. ICOM (2020, April 19) Museum definition, <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/> (27.12.2020).
 17. Lind M (2013) Why Mediate Art? In: Jens Hoffman (ed), *Ten Fundamental Questions of Curating*. Milan, Mousse Publishing: 99–109.
 18. Macdonald S (forthcoming) Doing diversity, making differences: A Berlin ethnography of museums and heritage: An introduction.
 19. Mörsch C; Fürstenberg S; Chrusciel A (2013, June 9) Time for Cultural Mediation. *Kulturvermittlung Schweiz*, <http://www.kultur-vermittlung.ch/zeit-fuer-vermittlung/> (27.12.2020).
 20. Rancière J (1987) *Le Maître ignorant. Cinq leçons sur l'émancipation intellectuelle*. Paris, Fayard.
 21. Simon N (2010, March 2) The participatory museum. The book, <http://www.participatorymuseum.org/read/> (27.12.2020).
 22. Small Z (2019, 19 августа) A New Definition of "Museum" Sparks International Debate. *Hyperallergic*, <https://hyperallergic.com/513858/icom-museum-definition> (27.12.2020).

Об авторе

Марина Романова — менеджер публичных программ отдела просвещения Музея современного искусства «Гараж». Магистр кафедры музеологии факультета истории искусств Российского государственного гуманитарного университета (РГГУ) по направлению «Социокультурные проекты в музейной практике», выпускница бакалавриата факультета коммуникации, медиа и дизайн Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ) (Москва) по направлению «Политическая журналистика». Автор социокультурных проектов, связанных с арт-медиацией и подкастами в музее.

Почтовый адрес: 119049, Москва, ул. Крымский Вал, д. 9, стр. 32.
E-mail: m.romanova@garagemca.org; marinaromanova8@gmail.com.
ORCID: 0000-0002-5240-407X.

ISSN-2633-4534
thegaragejournal.org