

В музей за пивом. И не только | "Museumsbier"

Auteur: Алёна Бахманн, [Берн](#), 27.02.2020.



Альпийский музей привлекает (с) A. Bachmann/Nashagazeta)

Швейцарские музеи открыты, главным образом, в рабочее время или в выходные дни. Но что делать, если побывать на выставке хочется, а быть частью шумной публики выходного дня, состоящей из семейных пар с маленькими детьми, – нет? Ответ на этот вопрос вы можете получить уже сегодня вечером.

|

Les musées suisses sont ouverts au public pendant les horaires de travail ou les weekends. Mais comment visiter une exposition sans se mélanger aux familles avec des enfants ? Une réponse vous êtes présentée dès ce soir.

"Museumsbier"

Оригинальную акцию, проводимую уже третий год подряд, придумали шесть бернских музеев: Альпийский музей Швейцарии (Alpines Museum der Schweiz), Бернский исторический музей (Bernisches Historisches Museum), Бернский музей искусств (Kunstmuseum Bern), Музей связи (Museum für Kommunikation), Бернский музей естествознания (Naturhistorisches Museum Bern) и Центр Роберта Вальзера (Robert Walser-Zentrum). Сегодня и в два следующих четверга их двери открыты с 17:00 до 20:00 для всех любителей истории и искусства, а также... пива. В каждом музее для вечерних посетителей открыта как минимум одна выставка, а в фойе работает бар, в котором можно отведать особое музейное пиво – его покупка плюс дополнительные 5 фр. и становятся входным билетом.

Идея «музейного пива» возникла у директоров трех бернских музеев... за бутылочкой пива. Беат Хэхлер, директор Альпийского музея Швейцарии в Берне и один из инициаторов проекта, рассказывает, что спонтанная идея была подхвачена сразу несколькими учреждениями культуры и поддержана Ассоциацией музеев Берна – в этом году уже в первый месяц проведения акции музейное пиво отведали 1200 человек.



Почти "Пиво на траве" (с) A. Bachmann/Nashagazeta

Такой отклик не удивляет. По мнению инициаторов и участников проекта, подобные неформальные визиты положительно влияют на восприятие музейных коллекций и на понимание искусства в целом. «Многие считают, что музей до сих пор является местом, в котором четко прописано, что можно делать, а что нельзя. Например, нельзя трогать экспонаты руками и нельзя шуметь, а сумки и верхняя одежда должны быть оставлены в гардеробе. Мы же хотели разработать формат, который если и не отменял бы совсем эти ограничения, то сокращал бы их число. Нашей задачей было показать, что музей – это не просто место, в котором сотрудники заранее определили форму и содержание той или иной выставки, а посетители изучают только то, что им преподнесли. Нет. Для нас музей имеет и социальную функцию! Это общественное место: вы можете собраться с друзьями в городе, а можете встретиться с ними в музее и побеседовать о выставке, например», – рассказывает Беат Хэхлер.

Действительно, акция «музейное пиво» позволяет посетителям открыть для себя музей с новой стороны. В современном понимании музей должен скорее перенять роль итальянской пьяццы, на которой люди всех возрастов собираются с целью принять участие в общественной жизни. Музеи выступают в качестве публичного пространства, которое должно быть доступно и во внерабочее время. Такое восприятие учреждений культуры способствует их модернизации, ведь музеи, по определению являясь «кладовыми прошлого», нацелены на связь прошлого и будущего в настоящем.



Плотницкая мастерская (с) A. Bachmann/Nashagazeta

Интерактивные элементы играют особую роль в жизни современных музеев. Посетители, привлеченные пивом, имеют возможность не только утолить жажду, но и без очередей и суматохи побывать на выставке и даже принять в ней участие. Так, в Альпийском музее открыта мастерская, в которой каждый желающий может попробовать себя в качестве плотника. Под надзором профессионалов здесь изготавливается традиционная для Швейцарии деревянная черепица. А у самых маленьких посетителей есть возможность своими руками сделать интересную игрушку из оставшейся древесины. На первом этаже музея находится необычное бюро находок, в котором собраны рассказы выдающихся личностей Швейцарии об их лыжных приключениях и иллюстрирующие их предметы.

На смелый шаг решились и в Музее связи. Здесь вход на выставку, посвященную человеческой стеснительности и неуверенности в себе, лежит через сцену. После того, как найдено сценическое имя и подготовлен небольшой номер, только тонкая ширма отделяет посетителя от минуты славы. Неизвестность того, что ожидает за этой ширмой, и ослепляющий свет софитов на сцене с золотым занавесом ставят его в эпицентр выставки, позволяя на себе испытать важность темы, выбранной кураторами. Несомненно, эффект от такого опыта больший, чем от ознакомления с сухими фактами на выставочном стенде.



"Звезды сцены" в Музее связи (© Museum für Kommunikation, Foto: digitalemassarbeit)

Сотрудничество музеев-участников имеет и финансовые мотивы. Вшестером, считает Беат Хэхлер, намного проще привлечь внимание к событию и разрекламировать его. Проведение акции «музейного пива» финансируется не администрацией города, а самими музеями и Ассоциацией музеев Берна. Подобные совместные проекты могли бы лечь в основу создания музейного района, объединяющего музеи, которые в данный момент скорее случайно находятся недалеко друг от друга.

Разумеется, что проведение акции «музейное пиво» подняло ряд вопросов, связанных с безопасностью коллекций: что делать, если посетители разольют пиво, разобьют бокал или бутылку или еще каким-то образом испортят экспонат? Беат Хэхлер рассказывает, что после многочисленных дискуссий о том, как далеко может зайти такого рода свобода в музее и насколько беспрепятственно могут передвигаться по нему посетители, было принято «очень швейцарское» решение: каждый участвующий музей сам определяет границы дозволенного. К счастью, опасения не подтвердились – музеями не было зафиксировано ни одного случая вандализма, вольного или случайного.

Даты ближайших дней «музейного пива»: 27 февраля, 5 и 12 марта 2020 г.

[музей](#)

[музеи Швейцарии](#)

[музеи в Швейцарии](#)

[швейцарские музеи](#)