

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ М.В.ЛОМОНОСОВА»**

ФИЛИАЛ МГУ В Г. ГРОЗНОМ

УТВЕРЖДАЮ

**Заместитель директора
Филиала – руководитель
образовательных программ**

А.С. Воронцов



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины:

Музейно-галерейная индустрия

**Уровень высшего образования:
Бакалавриат**

Направление подготовки

42.03.05 Медиакоммуникации

**Направленность (профиль)/специализация образовательной программы
Общий**

Форма обучения

Очная

Москва 2025

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с самостоятельно установленным МГУ образовательным стандартом, утвержденным приказом МГУ от 29 декабря 2018 года № 1775 (в редакции приказов МГУ от 11 сентября 2019 года № 1109, от 10 июня 2021 года № 609, от 29 мая 2023 года № 700, 702, 703) для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации».

Аннотация дисциплины

Дисциплина «Музейно-галерейная индустрия» призвана сформировать у студентов способность ориентироваться в специфике рынка музейно-галерейной индустрии, применять полученные знания и навыки в своей профессиональной деятельности в сфере медиакоммуникаций.

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины являются: формирование у слушателей круга представлений об основах музейного и галерейного дела; изучение современных концепций развития музеев и галерей; понимания роли музеев и галерей как современных коммуникационных и образовательных пространств; формирование представлений о стратегиях деятельности и условиях рынка музеев и галерей, в том числе частных; приобретение навыков практического использования проектных, маркетинговых, коммуникационных видов деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Музейно-галерейная индустрия» относится к вариативной части ООП, группе дисциплин «Культурные индустрии» и преподается на 3-4 курсе после освоения дисциплин блока «Язык и культура» и блока «Цифровые технологии». Знания, полученные при изучении дисциплины «Музейно-галерейная индустрия», коррелируются с содержанием дисциплин «Мировая литература», «Современное изобразительное искусство и фотография», «Дизайн и мода», «Семиотика» и др., и необходимы для последующего успешного освоения других дисциплин и блоков образовательной программы, в том числе для прохождения учебной и производственной практики, где студенты учатся применять полученные знания в контексте задач будущей профессиональной деятельности в сфере медиакоммуникаций.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (**УК-11**);
- Способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (**ОПК-3**);
- Способен распространять общечеловеческие ценности с помощью мультимедийного контента (**ПК-7**).

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать: основные положения современной культурной политики в области музейного дела; концепции развития музеев; методы современной музеологии; особенности проектирования музейных информационных систем и наполнения их мультимедийным контентом;

Уметь: анализировать роль музеев, галерей, выставок в контексте достижений отечественной и мировой культуры; предлагать решения, связанные с созданием, распространением, продвижением мультимедийного контента музейно-галерейных организаций; принимать участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного медиакоммуникационного проекта;

Владеть: навыками участия в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного медиакоммуникационного проекта; навыками анализа положения музея на рынке музейно-галерейной индустрии.

4. Структура и содержание дисциплины «Музейно-галерейная индустрия»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

4.1. Структура дисциплины

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)		Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Ауд. работа	СРС	
1	История европейских музеев и галерей	5	1-3	6	6	
2	Модернизм, постмодернизм и музейно-галерейная индустрия	5	4-6	6	6	
3	Коллекции музеев. Научная деятельность	5	7-8	4	4	
4	Экспозиция музея и кураторство. Куратор в системе современной культуры	5	9-10	4	4	
5	Музеи в контексте современной экономики. Музейный маркетинг	5	11-12	4	4	
6	Галерейная деятельность и арт-бизнес	5	13-15	6	6	
7	Музеи, галереи и дигитализация	5	16-18	6	6	Экзамен

4.2. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Раздел дисциплины	Содержание темы
1	История европейских музеев и галерей	Сущность музея и галереи. Практики коллекционирования. Античные музеи и пинакотеки. Эпоха Возрождения и первые коллекции. Кунсткамера как модель мира. Эпоха Просвещения и возникновение первых публичных музеев в Европе. Великая Французская Революция. Общество XIX века, капитализм, индустриализация, урбанизация, развитие

		индустрии развлечений. Распространение публичных музеев. Практика проведения Салонов Академией живописи и скульптуры в XVII – XVIII вв. Салоны и салонно-академическое искусство в XIX в. История самых известных музеев и галерей Европы, США и России. Типы музеев в XX-нач. XXI вв.
2	Модернизм, постмодернизм и музейно-галерейная индустрия	Первые выставки импрессионистов в Париже. Выставки художников рубежа XIX-XX вв. Художественная теория и практика авангарда, новые формы экспонирования произведений искусства. Бунт авангардистов против музеев. Выставки М. Дюшана. Эксперименты русского и советского авангарда, нарушение традиционных границ выставочного пространства. Постмодернизм. Концепция «Белого куба» и его критика. Концептуализм и опыты «дематериализации» произведений искусства. Бунт против коммерциализации. Джентрификация, музеификация индустриальных объектов. Стрит-арт, перформанс и современное искусство.
3	Коллекции музеев. Научная деятельность	Формирование коллекций. История коллекций, музейные закупки. Принципы хранения памятников. Обмен экспонатами между музеями. Атрибуция и учёт музейных объектов. Автоматизированные информационные системы, Государственный каталог музеиного фонда России, КАМИС. Роль музейного хранителя. Научные исследования на основе музейных коллекций.
4	Экспозиция музея и кураторство. Куратор в системе современной культуры	Современные художественные практики и роль куратора. Критика роли куратора и текста в экспозиции современного искусства. Выставочная деятельность музеев. Биеннале, смотры современного искусства. Работа с аудиторией, образовательная деятельность музеев. Работа с вниманием аудитории, карты активности посетителей, способы измерения и применение результатов исследований.
5	Музеи в контексте современной экономики. Музейный маркетинг	Франкфуртская школа социологии и понятие культурных индустрий. Развитие современного общества, экономики и место музеев. Б.Е. Гройс о музее как «чёрной дыре» в экономике. Ресурсы музеев: материальные и символические. Источники финансирования. Роль государства, частных инвесторов и самостоятельная экономическая деятельность. Музейный бренд. Возможности использования разных типов ресурсов в деятельности музея. Анализ музейной аудитории, товары и услуги музеев, формирование маркетинговой стратегии.
6	Галерейная деятельность и арт-бизнес	Создание галерей современного искусства. Роль галериста. Отношения между покупателями искусства, художниками и галереями. Организация управления галереей. Продвижение галереи и её авторов. Галерея как элемент системы арт-рынка. Рынок искусства. Аукционы старых мастеров и современного искусства.

7	Музеи, галереи и дигитализация	Развитие цифровой среды в нач. XXI в. Новые формы дигитального искусства и новые формы экспонирования. Значение дигитализации музеев и галерей для экономики. Виртуальный музей: предыстория, современное состояние и футуристические проекты, проблемы цифровых галерей. Цифровой строительство в практике современных музеев и галерей.
---	--------------------------------	---

5. Рекомендуемые образовательные технологии

Изучение дисциплины «Музейно-галерейная индустрия» строится на сочетании лекций, самостоятельной работы и постоянного контроля результатов усвоения материала программы. Подразумевается, что в процессе изучения дисциплины студенты постепенно приобретают знания, умения и навыки, необходимые в дальнейшей работе в сфере медиакоммуникаций. Рекомендуются интерактивные формы лекций, дискуссии, коллоквиумы.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

а) Примеры для самостоятельной работы студента

Анализ кейсов: проекты-победители музейных конкурсов «Меняющийся музей в меняющемся мире», «Музеи Русского Севера», «Научные музеи». Приобретение навыков формулировки проектной идеи.

Анализ кейсов: галереи современного искусства столицы и одного из региональных городов.

Подготовка собственной кураторской концепции выставки, виртуального музея или галереи.

б) Форма работы для экзамена: итоговое эссе. Студент должен продемонстрировать свое знание материалов всего курса, владение понятийным аппаратом, умение работать с эмпирическим материалом (включая сбор информации, необходимой для раскрытия темы, критический анализ полученных сведений, использование данных для аргументации своих рассуждений). Объем эссе – 3500 слов.

При оценке итоговой работы (эссе) учитывается также: логика построения работы и логика изложения, качество аргументации, качество (релевантность) использованных источников, степень самостоятельности в рассуждениях, стиль изложения, оформление работы: структурированность текста, грамотность и аккуратность.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Авангардная музеология / под ред. А.А.Жиляева. М: V-A-C press, 2015.
2. Бабков В.А. Галерейный бизнес. Российский и зарубежный опыт. М.: Артменеджер, 2010.
3. Мизиано В. Пять лекций о кураторстве. М.: Ад Маргинем Пресс, 2016.
4. Музеи. Маркетинг. Менеджмент: Практическое пособие. / сост. В.Ю. Дукельский. М.: Прогресс-Традиция, 2001.

5. Музей и регион / отв. ред. А.В. Лебедев, сост. В.Ю. Дукельский. М.: Российский институт культурологии, 2011.
6. Музейная коммуникация: модели, технологии, практики / отв. ред. В.Ю. Дукельский. М.: Российский институт культурологии, 2010.
7. Музейное проектирование / отв. ред. А.А. Щербакова, сост. А.В. Лебедев. М.: Российский институт культурологии, 2009.
8. О'Догерти Б. Внутри белого куба. М.: Ад Маргинем Пресс, 2015.
9. Обрист Х.У. Краткая история кураторства. М.: Ад Маргинем Пресс, 2017.
10. Овчинникова Б.Б., Чижова Л.В. Музеи императорской России. Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2021.
11. Российская музейная энциклопедия. М.: Прогресс: Рипол-классик, 2001.
12. Суминова Т.В. Арт-менеджмент: теория и практика. Учебник для вузов сферы культуры и искусства. М.: Академический проект, 2020.
13. Федоров Н. Ф. Музей, его смысл и назначение // Федоров Н. Ф. Избр. соч. М.: РОССПЭН, 2010.

б) дополнительная литература:

1. Баскар М. Принцип кураторства. Роль выбора в эпоху переизбытка. М.: Ад Маргинем Пресс, 2017.
2. Грайс Б.Е. О музее современного искусства // Художественный журнал. 1999. № 23.
3. Грайс Б.Е. Апология художественного рынка // Грайс Б.Е. Утопия и обмен. М.: Знак, 1993.
4. Драгичевич-Шешич М., Стойкович Б. Менеджмент. Анимация. Культура. Новосибирск: Тигра, 1999.
5. Лефевр А. Производство пространства. М.: Стрелка Пресс, 2015.
6. Лорд Барри, Лорд Гэйл Д. Менеджмент в музейном деле. М.: Логос, 2002.
7. Лысикова О.В. Музеи мира. М.: Флинта, 2019.
8. Майстровская М.Т. Музей как объект культуры. Искусство экспозиционного ансамбля. М.: Прогресс-Традиция, 2016.
9. Малкова Е.В., Сизова И.А. Применение информационных технологий в классических художественных музеях. Томск: Издательство Томского университета, 2017.
10. Музей и новые технологии. На пути к музею XXI века / сост. и ред. Н. А. Никишин. М.: Прогресс-Традиция, 1999.
11. Петелин В.Г. Основы менеджмента выставочной деятельности. М.: Юнити-дана, 2017.
12. Садекова С.Х. Собачка Воскресная. Записки куратора о людях, собаках и тайных страстиах мира искусства. М.: Слово, 2020.
13. Сафонов А. А., Сафонова М. А. Музееоведение. М.: Юрайт, 2019.
14. Шляхтина Л.М. Основы музейного дела: теория и практика. М.: Лань: Планета музыки, 2019.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для освоения дисциплины требуется свободный доступ к сети Интернет, а

также:

- А. Помещения: аудитория для проведения лекционных занятий, текущего контроля и промежуточной аттестации;
- Б. Оборудование: наборы ученической мебели, рабочее место преподавателя, ученическая доска, компьютер, проектор, экран, доска интерактивная.

Разработчики

Старший преподаватель Юдов М.А., факультет журналистики МГУ.