

И.А. ГРИНЬКО

ЮМОР В МУЗЕЙНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

— *Рисунки на полях часто смешат, но это в целях назидания, — отвечал он. — Как в проповедь, чтобы затронуть воображение бессмысленной толпы, надо вводить ехетрла и желательные потешные, так и в беседе образов не следует пренебрегать подобными дурачествами. На каждую добродетель и на каждый грех есть пример в бестияриях, где под видом зверей показан человеческий мир.*

— *И Иоанном Златоустом сказано, что Христос никогда не смеялся!*
— *Ничто в его человеческой натуре ему не мешало, — возразил Вильгельм. — Ибо смех, как учат богословы, присущ человечеству.*

«Имя Розы». У. Эко

Иван Александрович Гринько,

Московская высшая школа социальных и экономических наук,

доцент

Вернадского пр-т, д. 82, к. 2, Москва, 119571, Россия

кандидат исторических наук, MA in cultural management

E-mail: IAGrinko@yandex.ru

Реферат. В статье на основе анализа отечественных и зарубежных музейных экспозиций анализируется опыт использования юмора в музейном пространстве. Оценивается потенциал использования юмора для повышения качества музейной работы, рассматриваются конкретные примеры концептуального использования юмора в музейных экспозициях, предлагаются рабочие схемы для музейных проектировщиков и экспозиционеров.

Движение музея от образовательно-дидактической в сторону досугово-гедонистической модели и постоянная работа по привлечению новых посетителей требуют от музеев новых инструментов, одним из которых является юмор.

Сегодня появляется большое число музеев и парамузеев, которые целенаправленно работают с темой смеха и юмора, однако в других музеях юмор по-прежнему встречается крайне редко. Мировой и российский опыт показывают перспективность и полифункциональность использования юмора в музейном пространстве.

Основные стратегические вызовы музею уже в самое ближайшее время потребуют активного использования юмора не только в повседневной музейной деятельности, но и в музейной экспозиции. Учитывая кумулятивный социокультурный эффект юмора, именно он может стать триггером для глобальных изменений в жизни музея.

Ключевые слова: музеология, музейная антропология, музейное проектирование, музейная педагогика, экспозиция, юмор, психология юмора, межкультурная коммуникация, историческая травма.

Для цитирования: Гринько И.А. Юмор в музейном пространстве // Обсерватория культуры. 2017. Т. 14, № 3. С. 315–321.

Расширение функций музея в последние годы закономерно привело и к увеличению музейного инструментария. В музейной практике наметилось явное отклонение от образовательно-дидактической модели в сторону досугово-гедонистической и коммуникативной, в которой на современный музей возлагаются новые задачи по обеспечению межкультурного диалога, т. е. установлению связей между этническими, конфессиональными, социальными и поколенческими группами.

Однако даже в новых моделях один важный элемент по-прежнему игнорируется музейным сообществом, хотя без него трудно представить диалог



Чучело нетопыря
(Астраханский государственный объединенный
историко-архитектурный музей-заповедник)



Шуточная реклама тифлологического музея
(Мадрид)

с посетителем. Речь идет о юморе, без которого невозможны полноценная коммуникация и отдых.

Существует большое количество музеев и парамузеев, таких как Музей карикатуры (Варшава, Стамбул), Музей юмора (Сан-Антонио-де-лос-Баньос, Пуэрто-Мадеро), Музей сатиры (Габрово), Музей Остапа Бендера (Санкт-Петербург), Музей сатиры и юмора им. О. Бендера (Козьмодемьянск), которые целенаправленно работают с темой смеха и юмора. В последние годы в эту нишу активно вторгаются и квази-музеи [1], такие как Музей оптических иллюзий (Москва) или Музей смеха (Санкт-Петербург). При этом примеры использования юмора в пространстве других музеев, к сожалению, по-прежнему очень редки.

Теоретически профессиональное музейное сообщество уже готово впустить юмор в экспозиции. По итогам опроса, проведенного среди участников самого большого профессионального музейного сообщества в российских социальных сетях «Лаборатория музейного проектирования» (более 6 тыс. подписчиков), лишь один из 117 проголосовавших категорично высказался против наличия юмора в музейном пространстве. 17% высказались за то, что юмор в музее уместен только в отдельных проектах или разделах экспозиции. Однако подавляющее большинство поддержало присутствие юмора в музее.

В данной работе оценивается потенциал использования юмора для повышения качества музейной работы, и рассматриваются конкретные примеры концептуального использования юмора в музейных экспозициях, рабочие схемы для музейных проектировщиков и экспозиционеров.

Однако прежде чем перейти к описанию кейсов и практик использования юмора в музее, хотелось бы остановиться на очень важном вопросе: стоит ли различать юмор как объект показа и юмор как способ показа? На наш взгляд, в данном случае подобный классический подход не актуален, поскольку юмористическая интерпретация музейных предметов становится самостоятельным художественным произведением с новыми смыслами. В то же время и юмористические объекты в музейной экспозиции (карикатуры, скетчи и т. д.) вполне могут быть структурообразующими элементами экспозиционного сценария, т. е. служить способом показа и выражения главной идеи экспозиции.

Не будем подробно рассматривать событийное направление музейной работы, хотя примеры показывают не только возможность, но и важность использования юмора. Например, Национальный музей Республики Татарстан проводит «День смеха в музее», посвященный юмору и забавным неожиданностям в истории, а для Сургутского художественного музея ежегодный фестиваль «Карикатурум» уже давно стал своеобразной визитной карточкой, принеся мировую известность.

Возвращаясь к использованию юмора непосредственно в музейном пространстве, можно выделить несколько концептуальных линий.

Прежде всего, стоит рассмотреть аттрактивную функцию юмора. Психологические эксперименты установили, что юмор выполняет функцию стимулирования положительных эмоций, поэтому является одним из способов передачи важной эмоциональной информации и привлечения внимания [2]. Это свойство юмора давно эксплуатируют представители рекламного бизнеса и активно используют его в рекламных компаниях и продвижении брендов [3; 4]. Музей в данном случае не яв-

ляется исключением. Юмористический сюжет не только выделит вашу экспозицию, но и заставит посетителей изучать ее более внимательно. С этой целью в Кливлендском музее естественной истории на одной из витрин с жуками приколота миниатюрная модель автомобиля Volkswagen, которая в просторечье называется «жуком». В естественно-научной экспозиции Астраханского государственного объединения историко-архитектурного музея-заповедника рядом с другими вполне обычными экспонатами стоит и забавное чучело «нетопыря» с подробной экспликацией, описывающей его поимку и повадки. Такие шутки заставляют посетителя искать необычное и в других витринах, концентрируя его внимание на экспозиции.

Юмор крайне позитивно сказывается на развитии когнитивных способностей и процессе обучения [5–7]. Кроме того, юмор активизирует альтернативные схемы для осмысления фактов. Это является особенно актуальным в связи с уходом современных музеев от линейной и менторской трактовки исторического нарратива и приглашением посетителя к обсуждению различных точек зрения на проблему [2].

Юмористическая трактовка экспозиции, помимо прочего, может придать ей новые смыслы и таким образом привлечь внимание посетителей. Это особенно актуально для художественных музеев, в которых игра с композициями картин и скульптур может создать множество вариантов юмористической интерпретации, позволив по-новому взглянуть на произведения искусства. В Эстонском Художественном музее Куму для оживления экспозиции скульптуры образуют выразительные группы, пародирующие классические социальные конфликты, например, ревность. Кроме того, что такой вариант не требует крупных финансовых вложений, он выполняет еще одну важнейшую для современного музея функцию — создает пространство доверия.

Классики теории юмора отмечали, что юмор создает миниатюрное сообщество, объединенное общим пониманием ситуации [8]. Точно также возможно преодоление отчуждения между институцией и человеком. Проблема восприятия музея как чуждого и недружественного посетителю озвучивалась неоднократно [9; 10]. Юмор же способствует установлению доверительного отношения, близости и даже интимности, что заставляет посетителя иначе воспринимать музейное пространство.

Особенно это актуально при работе с целевыми аудиториями, которые априори скептически настроены по отношению к музею, например, с детьми или подростками. В таком случае немного юмора позволяет сломать их стереотипы и помочь воспринять музей совершенно в другом ключе. Помощниками могут стать дополнительные персонажи, как в Му-

зее Кик-ин-де-Кёк (Таллин), где графическая реконструкция средневекового укрепления украшена небольшими забавными фигурками его обитателей в юмористических ситуациях. Альтернативой могут служить юмористические герои реконструкции событий каменного века из мультфильмов в Археологическом музее Загреба.

Для того, чтобы привлечь к естественной истории внимание подростков с их актуальными проблемами взаимоотношений полов, в музее Юрского периода испанской провинции Астурия модели «влюбленных» тиранозавров были воспроизведены в процессе спаривания. Характерно, что аналогичные юмористические приемы используются и для продвижения музейных продуктов во внешней среде: так, названием программы петербургских музеев, направленной на аудиторию 13+, стал философско-юмористический вопрос «Что я тут забыл?».

Отдельно стоит отметить работу с иностранными туристами или мигрантами, которые становятся все более значимой аудиторией для музеев. Юмор и смех — одни из редких универсальных элементов практически всех человеческих культур [11; 12] и во многих ситуациях не требуют перевода, соответственно, именно юмор может стать одним из наиболее эффективных инструментов формирования межкультурной коммуникации в музее. Это важно и для самого музея, который часто говорит с посетителем на сложном для понимания языке образов. Речь идет не только о межэтническом диалоге: столь же эффективен юмор и в качестве социального уравнивателя. В свете того, что современный музей становится все более демократичным институтом, этот фактор также становится немаловажным.

Музей коммунизма в Праге использует этот прием, создавая юмористические постеры со слоганом «Стань ближе к истории» (Get intimate with history). Однако в данном случае введение юмора предопределено не только маркетинговым интересом. Такой подход позволяет перевести трагедию в комедию, снизить уровень восприятия, что значительно облегчает работу с так называемым «трудным наследием». Для Чехии таковым, безусловно, является период пребывания в сфере советского влияния, особенно после 1968 года.

Аналогичный пример дает Музей Кик-ин-де-Кёк, который использует в экспозиции исторические мультфильмы, рассказывающие в юмористической манере о не самых приятных для страны исторических периодах: немецких завоеваниях, походах Ивана Грозного, Северной войне. Учитывая актуальность темы оккупации в общественном сознании, в данном случае юмор в музейном пространстве может означать коллективное принятие трудных моментов истории. Здесь работает принцип, сформулированный американской писатель-



Немая сцена (Музей KUMU)



Музей Кик-ин-де-Кёк

ницей Э. Бомбек: «Если ты можешь над чем-то посмеяться, то точно сможешь это пережить».

Вышеупомянутый таллиннский кейс показывает, что юмор не обязательно интегрировать в экспозиционное пространство, он вполне может быть использован в так называемой Зоне А — музейном пространстве, не содержащем коллекций и доступном для посетителей [13]. В Музее Кик-ин-де-Кёк это входная зона, совмещенная с мини-кинотеатром, однако есть и другие варианты. Наиболее удачным пространством в данном случае выступают музейные туалеты, которые в полном соответ-

ствии с теорией М.М. Бахтина соответствуют «материально-телесному низу» музея, а значит на «законном» основании становятся пространством смеховой культуры. Многие музеи используют юмор, хотя бы на уровне навигации для туалета (Египетский музей в Барселоне, Музей чертей в Каунасе). Иногда в музейных туалетах разыгрываются настоящие юмористические действия: классический пример — видеоролики из Музея идей и изобретений (Барселона). С одной стороны, туалет, как правило, является одной из последних точек при посещении музея, а значит, гость уходит с позитивным настроением. С другой стороны, нельзя недооценивать и главную функцию юмора, описанную М.М. Бахтиным: «Все вещи перешушываются и переоцениваются в плане смеха, победившего страх и всякую хмурую серьезность. Поэтому и нужен здесь материально-телесный низ — одновременно и материализующий, и улегчающий, веселый. Он освобождает вещи от опутавшей их ложной серьезности, от внушенных страхом сублимаций и иллюзий» [14, с. 116]. В свете перехода музеев к рефлексивной модели поведения посетителя нельзя не использовать данный инструментарий.

Отдельно стоит сказать о юморе как средстве преодоления исторической травмы. На первый взгляд, юмор — явление, имеющее мало общего с такими вещами, как война и смерть, хотя огромное количество армейского фольклора говорит об обратном. Этот факт легко объясним: в периоды постоянного стресса, пронизывающего любые боевые действия, юмор помогает психике выстоять. Если же мы говорим о музее, то небольшое количество юмора в экспозиции позволяет уравновесить эмоционально тяжелые фрагменты экспозиции, которые неизбежно возникают при военном или другом травмирующем нарративе. Такой пример нам дает выставка «Мелочи между жизнью и смертью», где в центре витрины помещена инструкция к пехотной каске с гениальным по своей афористичности слоганом: «Это твоя голова — береги её».

Большое количество исторических нарративов, связанных с травматическим опытом, лишь подтверждает эту версию. Например, об этом говорит в своих воспоминаниях Д.С. Лихачев: «Жизнь на Соловках была настолько фантастической, что терялось ощущение ее реальности. ...Настоящие каэры (контрреволюционеры) всячески подчеркивали абсурдность, идиотизм, глупость,

маскарадность и смехотворность всего того, что происходило на Соловках... Анекдоты, “хохмы”, остроты, шуточные обращения друг к другу, шуточные прозвища и аргументы, как проявление той же шутовщины, сглаживали ужас пребывания на Соловках. Юмор, ирония говорили нам: все это не настоящее» [15, с. 171].

Даже в такой теме, как Холокост, находится место юмору как единственной возможной защитной реакции организма. Знаменитый психолог В. Франкл, бывший непосредственным участником трагических событий, описывал это следующим образом: «Так рушились иллюзии, одна за другой. И тогда явилось нечто неожиданное: черный юмор. Мы ведь поняли, что нам уже нечего терять, кроме этого до смешного голого тела. Еще под душем мы стали обмениваться шуточными (или претендующими на это) замечаниями, чтобы подбодрить друг друга и прежде всего себя» [16, с. 74].

Именно поэтому в Музее «Фабрика Шиндлера» (Краков), полностью посвященном периоду Второй мировой войны и Холокоста, посетитель может увидеть оригинальные экспонаты явно пародийно-юмористического характера, например, самодельный рождественский вертеп с фигурками нацистских лидеров. При работе с подобными сюжетами в экспозиции очень важно четко разрабатывать сценарий использования юмора или юмористических материалов. Например, в Европейском центре солидарности (Гданьск), отмеченном европейскими музейными наградами, раздел про карикатуры и политические анекдоты размещен сразу после отдела, описывающего репрессии и силовое подавление манифестаций, что позволяет снизить напряжение.

Потенциал музея как места психотерапии еще не до конца раскрыт, в то время как травма может быть не только социальной, но и личной, что дает музею новые возможности. Некоторые музеи уже начали активно работать в этом направлении. Так Музей разбитых сердец, удостоенный в 2011 г. приза Кеннета Хадсона от Европейского музейного форума и, в целом, направленный на психологическую реабилитацию через рефлексию, активно применяет юмор, причем не столько в экспозиции, сколько в дополнительных сервисах. Например, в качестве пароля для музейного wi-fi выбрана фраза «просто друзья» (just friends), а в сувенирном магазине продаются ластик с маркировкой «стиратель плохих воспоминаний» и шоколадки с пожеланиями «чтобы твоя задница стала толще».

Как видно, эффект применения юмора в музейном пространстве исключительно позитивный. В чем же причины игнорирования юмора в музейных экспозициях, причем не только в Российской Федерации, но и в Европе? Прежде всего, зна-

чительную роль играет консервативность музея как института, однако проблема заключается не только в этом. С одной стороны, смех подрывает авторитет, и музей, до сих пор выступающий в роли педагога, с трудом готов пойти на такой риск [17]. С другой стороны, директор кубинского Музея юмора И. Чакон в своем интервью отметила: «Улыбка критична по своей природе, это показатель критичного отношения к происходящему. Настоящий юмор — это то, что заставляет остановиться и задуматься о происходящем» [18]. Таким образом, отсутствие юмора можно считать одним из признаков дефицита рефлексии в музейном пространстве. В-третьих, музейное сообщество, как и любой относительно замкнутый социум, видит музейный юмор в большей степени профессиональным и понятным исключительно узкому кругу, что отчасти подтвердили исследования музейного фольклора [19]. Аналогичный вывод можно сделать и по косвенным признакам, например, в статье, посвященной юмору в жизни Л.Я. Штернберга [20], юмор описывается исключительно в его немuseumной деятельности: прежде всего журналистской, хотя большую часть жизни Лев Яковлевич проработал в Музее антропологии и этнографии и позиционировал себя именно как ученого и общественного деятеля, а не журналиста.

Как и любой инструментарий, юмор влечет за собой определенные риски, ключевым из которых является его превращение из средства в цель. По этой причине его использование, безусловно, должно быть дозировано или связано с одной из функциональных зон музея. Кроме того, нельзя исключать неадекватную реакцию отдельных лиц и групп на юмор в музейном пространстве. Впрочем, современная российская практика, особенно в случае с выставками В. Сидура в Манеже и Я. Фабра в Эрмитаже, показывает, что для оскорбления чувств той или иной социальной группы музейные высказывания являются поводом, а не причиной.

Основные стратегические вызовы музею уже в самое ближайшее время потребуют активного использования юмора не только в повседневной музейной деятельности, но и в музейной экспозиции. Учитывая кумулятивный социокультурный эффект юмора, именно он может стать триггером для глобальных изменений в жизни музея.

Список источников

1. *Лебедев А.В.* Малый и средний музейный бизнес // Art Newspaper Russia. 2015. № 07 (36), сентябрь. С. 38–39.
2. *Martin R.A.* The Psychology of Humor: An Integrative Approach. Burlington, Massachusetts : Elsevier Academic Press, 2007. 476 p.
3. *Хорн С.* Как выделить свой бренд из толпы. Москва : Попурри, 2014. 272 с.

4. Pradeep A.K. *The Buying Brain: Secrets for Selling the Subconscious Mind*. Hoboken, New Jersey : John Wiley & Sons, 2010. 250 p.
5. Harlin R.P. What do you really know about learning and development? // *Journal of Research in Childhood Education*. 2008. No. 23(1). P. 125.
6. Hickman G.P., Crossland, G.L. The predictive nature of humor, authoritative parenting style, and academic achievement on indices of initial adjustment and commitment to college among college freshmen. *Journal of College Student Retention Research Theory and Practice*. 2004–2005. No. 6(2). P. 225–245.
7. Provine R.R. *Laughter: A scientific investigation*. London : Viking Press, 2000. 258 p.
8. Бергсон А. Смех. Москва : Искусство, 1992. 127 с.
9. Идема Й. Как ходить в музей. Москва : Ад Маргинем, 2016. 128 с.
10. Шола Т. Вечность здесь больше не живет. Москва : Ад Маргинем, 2013. 356 с.
11. Apte M.L. *Humor and laughter: an anthropological approach*. Ithaca, New York : Cornell University Press, 1985. 317 p.
12. Lefcourt H.M. *Humor: The Psychology of Living Buoyantly*. New York : Springer Science & Business Media, 2001. 172 p.
13. Лорд Б., Лорд Г.Д. Менеджмент в музейном деле : учеб. пособие / пер. с англ. Э.Н. Гусинского [и др.]. Москва : Логос, 2002. 254 с.
14. Бахтин М.М. *Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса*. 2-е изд. Москва : Худож. лит., 1990. 543 с.
15. Лихачев Д.С. *Воспоминания*. Санкт-Петербург : Logos, 1995. 519 с.
16. Франкл В. *Сказать жизни «Да!»*. Психолог в концлагере. Москва : Альпина, 2016. 239 с.
17. Simon N. So a priest, a rabbi, and a duck walk into a museum... // Блог Нины Саймон. URL: <http://museumtwo.blogspot.ru/2007/08/whats-so-funny-humor-in-museums.html> (дата обращения: 23.12.2016).
18. Чакон И. Директор Музея юмора Кубы: улыбка критична по своей природе. Интервью с Исель Чакон // РИА Новости. URL: <https://ria.ru/interview/20090401/166673966.html> (дата обращения: 23.12.2016).
19. Ипполитова А.Б. Исследование музейного фольклора: к постановке проблемы // *Славянская традиционная культура и современный мир*. Вып. 13. Традиционная культура современного города. Москва, 2010. С. 272–286.
20. Березницкий С.В. Юмор в жизни и творчестве Л.Я. Штернберга // Лев Штернберг – гражданин, ученый, педагог. К 150-летию со дня рождения. Санкт-Петербург : МАЭ РАН, 2012. 336 с.

HUMOUR IN THE MUSEUM SPACE

IVAN A. GRINKO

Moscow School of Social and Economic Sciences, 82, Building 2, Vernadskogo Av., Moscow, 119571, Russia
E-mail: IAGrinko@yandex.ru

Abstract. *Based on the analysis of various Russian and foreign museum exhibitions, the article examines the experience of using humour in the museum space. The author evaluates the potential of using humour to enhance the quality of museum work, considers specific examples of the conceptual use of humour in museum exhibitions, and provides working schemes for museum designers and planners. The transition of museums from the educational and didactic model to the leisure and hedonistic one and their constant efforts to attract new visitors require all new instruments, one of which is humour.*

Today there are many museums and para-museums that work specifically with the topic of laughter and humour, however, in conventional museums, humour is still extremely rare. The global and Russian experience shows the prospects and multifunctional use of humour in the museum space. In the near future, a museum's main strategic challenges

will require the active using of humour not only in daily activities of the museum, but also in its exposition. Taking into account the cumulative socio-cultural effect of humour, it can become a trigger for global changes in the life of the museum.

Key words: museology, museum anthropology, museum planning, museum education, exposition, humour, psychology of humour, cross-cultural communication, historical trauma.

Citation: Grinko I.A. Humour in the Museum Space, *Observatory of Culture*, 2017, vol. 14, no. 3, pp. 315–321.

References

1. Lebedev A.V. *Malyi i srednii muzeinyi biznes* [Small and Medium Museum Business], *Art Newspaper Russia*, 2015, no. 07 (36), September, pp. 38–39.
2. Martin R.A. *The Psychology of Humor: An Integrative Approach*. Burlington, Massachusetts, Elsevier Academic Press Publ., 2007, 476 p.
3. Horn S. *Kak vydelit' svoi brend iz tolpy* [Create the Perfect Pitch, Title, and Tegline for Anything]. Moscow, Popurri Publ., 2014, 272 p.
4. Pradeep A.K. *The Buying Brain: Secrets for Selling the Subconscious Mind*. Hoboken, New Jersey, John Wiley & Sons Publ., 2010, 250 p.

5. Harlin R.P. What do you really know about learning and development? *Journal of Research in Childhood Education*, 2008, no. 23(1), p. 125.
6. Hickman G.P., Crossland, G.L. The predictive nature of humor, authoritative parenting style, and academic achievement on indices of initial adjustment and commitment to college among college freshmen. *Journal of College Student Retention Research Theory and Practice*, 2004–2005, no. 6(2), pp. 225–245.
7. Provine R.R. *Laughter: A scientific investigation*. London, Viking Press Publ., 2000, 258 p.
8. Bergson A. *Smekh* [Laughter]. Moscow, Iskusstvo Publ., 1992, 127 p.
9. Idema J. *Kak khodit' v muzei* [How to Visit an Art Museum]. Moscow, Ad Marginem Publ., 2016, 128 p.
10. Šola T. *Vechnost' zdes' bol'she ne zhivet* [Eternity Does Not Live Here Any More]. Moscow, Ad Marginem Publ., 2013, 356 p.
11. Apte M.L. *Humor and laughter: an anthropological approach*. Ithaca, New York, Cornell University Press Publ., 1985, 317 p.
12. Lefcourt H.M. *Humor: The Psychology of Living Buoyantly*. New York, Springer Science & Business Media Publ., 2001, 172 p.
13. Lord B., Lord G.D. *Menedzhment v muzeinom dele: ucheb. posobie* [The Manual of Museum Planning]. Moscow, Logos Publ., 2002, 254 p.
14. Bakhtin M.M. *Tvorchestvo Fransua Rable i narodnaya kul'tura srednevekov'ya i Renessansa* [The Works of François Rabelais and the Folk Culture of the Middle Ages and Renaissance]. Moscow, Khudozhestvennaya Literatura Publ., 1990, 543 p.
15. Likhachov D.S. *Vospominaniya* [Reminiscences]. St. Petersburg, Logos Publ., 1995, 519 p.
16. Frankl V. *Skazat' zhizni "Da!"*. *Psikholog v kontslage-re* [Say "Yes" to Life: A Psychologist Experiences the Concentration Camp]. Moscow, Al'pina Publ., 2016, 239 p.
17. Simon N. So a priest, a rabbi, and a duck walk into a museum... *Nina Simon's Blog*. Available at: <http://museum-two.blogspot.ru/2007/08/whats-so-funny-humor-in-museums.html> (accessed 23.12.2016).
18. Chakon I. Direktor Muzeya yumora Kuby: ulybka kritichna po svoei prirode. Interv'yu s Isel' Chakon [Director of the Humor Museum of Cuba: The Smile Is Critical in its Nature. An Interview with Isel Chacón], *RIA Novosti* [RIA News]. Available at: <https://ria.ru/interview/20090401/166673966.html> (accessed 23.12.2016).
19. Ippolitova A.B. Issledovanie muzeinogo fol'klora: k postanovke problemy [The Study of Museum Folklore: Problem Statement], *Slavyanskaya traditsionnaya kul'tura i sovremennyyi mir. Vyp. 13. Traditsionnaya kul'tura sovremennogo goroda* [Slavic Traditional Culture and the Modern World. Issue 13. The Traditional Culture of the Modern City]. Moscow, 2010, pp. 272–286.
20. Bereznitsky S.V. Yumor v zhizni i tvorchestve L.Ya. Shternberga [Humor in the Life and Work of L.Ya. Sternberg], *Lev Shternberg – grazhdanin, uchenyi, pedagog. K 150-letiyu so dnya rozhdeniya* [Lev Sternberg – A Citizen, Scholar, Teacher. To the 150th Anniversary of the Birth]. St. Petersburg, MAE RAN Publ., 2012, 336 p.

VI САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ КУЛЬТУРНЫЙ ФОРУМ

16—18 ноября 2017 года

Санкт-Петербургский международный культурный форум — уникальное культурное событие мирового уровня, дискуссионная площадка, ежегодно притягивающая несколько тысяч экспертов в области культуры со всего мира: звезд драматического театра, оперы и балета, выдающихся режиссеров и музыкантов, общественных деятелей, представителей власти и бизнеса, академического сообщества.

Обширная программа **Профессионального потока** представляет интерес для специалистов различных областей культуры. Деловая программа Форума представлена работой 14 секций, руководителями которых из года в год становятся выдающиеся отечественные деятели культуры, формирующие повестку дня и направления секционных дискуссий.

В рамках **Общественного потока** проходят лекции и мастер-классы от лучших практиков и теоретиков искусства, конференции, спектакли, выставки, кинопремьеры, доступные для всех зарегистрировавшихся участников.

Организаторы Форума: Правительство Российской Федерации; Правительство Санкт-Петербурга; при поддержке Министерства культуры Российской Федерации.

Подробнее: <http://culturalforum.ru/>