

ВЫСТАЎКА ЯК ЧАСТКА МУЗЕЙНАЙ КАМУНІКАЦЫІ

А.В.Касімава, аспірантка, Беларускае дзяржаўнае ўніверсітэт культуры і мастацтваў

У апошняй чвэрці XX ст. у грамадскім жыцці пачалі актыўна праяўляцца такія з'явы, як парушэнне пераемнасці паміж пакаленнямі, нівеліраванне культурных традыцый, распад устойлівых сувязей паміж рознымі культурамі. Яны ўносяць таксама свой уклад у абвастранне міжнацыянальных канфліктаў, рост індывідуалізму і ўзаемнай варожасці паміж прадстаўнікамі розных народаў і сацыяльных груп.

Імкнучыся захаваць гуманістычную цэласнасць, чалавецтва настойліва шукае механізмы супрацьстаяць распаду супольнасці. У якасці аднаго з іх сучасныя філосафы ўсё часцей разглядаюць музей і распрацоўваюць шэраг канцэптуальных мадэлей гэтай установы.

Музей традыцыйна разглядаецца як сацыяльны інстытут, які выконвае ў грамадстве функцыю ці групу функцый, выкліканых сацыяльнымі патрэбамі. Канкрэтная сацыяльна-культурная сітуацыя на розных этапах развіцця соцыуму прапануе музею функцыі дакументавання, захавання, асветніцкую, навукова-даследчую і інш. У залежнасці ад таго, якая функцыя лічыцца асноўнай, прапануецца і структура музея як установы.

На сучасным этапе ў айчынай культуралогіі музей разглядаецца з пункту гледжання двух асноўных напрамкаў, якія можна ўмоўна назваць “інстытуцыяльным” і “фенаменалагічным”. У рамках першага музей – гэта асаблівы сацыяльны інстытут з вызначанымі функцыямі. У межах другога музей уяўляе феномен культуры. Даследаванні, якія праводзяцца ў кантэксце інстытуцыяльнага кірунку, прадвызначаюць развіццё традыцыйнага структурна-функцыянальнага падыходу да разумення музея. Фенаменалагічнае вывучэнне музея будзецца на тэорыі камунікацыі, тэорыі інфармацыі і сістэмнай метадалогіі.

У наш час для разумення функцый музея актуальнай з'яўляецца тэорыя музейнай камунікацыі, заснавальнікам якой стаў канадскі вучоны Д.Камерон. У 1968 г. ён прапанаваў разглядаць музей як камунікатыўную сістэму. Паводле яго вызначэння, музейная камунікацыя ўяўляе сабой працэс зносін наведвальніка з “рэальнымі рэчамі”. Для гэтых зносін неабходныя, з аднаго боку,

здольнасць наведвальніка разумець “мову рэчаў”, а з другога – здольнасць экспазіцыянераў будаваць з дапамогай прадметаў асаблівых невербальных прасторы выказвання. Такі падыход дазволіў Д.Камерону сфармуляваць шэраг высноў, якія тычыліся як арганізацыі ўсёй прафесійнай музейнай дзейнасці, так і стварэння экспазіцый і выставак у асветніцкай дзейнасці музеяў [3].

Упершыню тэорыя музейнай камунікацыі як блок тэарэтычнага музейзнаўства была выдзелена ў працы славацкага даследчыка З.Странскага (1971). Ён адзначаў, што праз камунікацыю рэалізуюцца вынікі ахоўнай і асветніцкай дзейнасці музеяў [4]. У СССР камунікатыўны падыход у музейзнаўстве пачаў распрацоўвацца ў 1980-я гг. Працы М.Гнядоўскага, Ю.Дукельскага, А.Закса і іншых даследчыкаў дазволілі звязаць музейную камунікацыю з сацыякультурнымі функцыямі музеяў [2].

Такім чынам, у музейзнаўчых даследаваннях тэорыя камунікацыі стала тым стрыжнем, які дазволіў сістэматызаваць асноўныя працэсы музейных зносін і выявіць спецыфіку культурных знакаў і сімвалаў праз стварэнне экспазіцый і выставак.

У кантэксце камунікатыўнага падыходу на сучасным этапе музей успрымаецца як спецыфічная сістэма, што пры дапамозе экспазіцыі ці выстаўкі праз музейныя прадметы (экспанаты) як знакавыя кампаненты перадае інфармацыю аб працэсах і з’явах.

Расійскі даследчык В.П.Арзамасцаў зрабіў спробу вызначыць спецыфіку музея ў адрозненне ад іншых камунікатыўных сістэм. На яго думку, своеасаблівасць дадзенай сістэмы заключаецца ў тым, што інфармацыя, перадаваемая наведвальніку, закадзіравана “в форме самих вещественных, предметных частей исследуемого процесса или явления”. Першаэлементам музея і носьбітам музейнай інфармацыі называецца музейны прадмет, які ў кантэксце дадзенага падыходу разглядаецца як знак [1].

Універсальнай якасцю музейнага прадмета лічыцца знакавасць. Такімі ўласцівасцямі, як інфарматыўнасць, атрактыўнасць, рэпрэзентатыўнасць і экспрэсіўнасць, музейныя прадметы валодаюць у рознай ступені. Менавіта знакавасць, на думку В.П.Арзамасцава, дазваляе дасягнуць тых мэт, якія ставяцца перад музейнай камунікацыяй. Такім чынам, музей успрымаецца як канкрэтная вызначаная камунікатыўна-знакавая сістэма, пры дапамозе яе камутатар (у яго ролі разглядаецца ці калектыў музея ў цэлым, ці асобная група) на спецыфічнай мове музейных прадметаў

перадае інфармацыю аўдыторыі, якая, у сваю чаргу, успрымае і разумее яе.

У наш час музейная камунікацыя здзяйсняецца па такіх відах дзейнасці, як экспазіцыйная, выставачная, экскурсійная, лекцыйная, рэкламна-інфармацыйная і арганізацыя масавых мерапрыемстваў. У апошні час асаблівая ўвага надаецца пашырэнню выставачнай дзейнасці як аднаго з асноўных сродкаў папулярызацыі музейных калекцый, павелічэння іх складу, прыцягнення ўвагі да музея, а таксама мадэрнізацыі асноўнай экспазіцыі музея.

Стварэнне выставак з'яўляецца неад'емнай часткай работы музеяў усіх профіляў. У сучасных умовах, калі музеям часам цяжка ствараць маштабныя стацыянарныя экспазіцыі, асаблівае значэнне набывае арганізацыя мабільных, дынамічных, недарагіх выставак, якія дазваляюць аператыўна рэагаваць на запатрабаванні часу, павялічваць колькасць даступных для шырокага кола наведвальнікаў музейных прадметаў з фондаў і даюць магчымасць дэманстраваць прадметы з іншых музеяў і прыватных збораў. Правядзенне выставак не толькі садзейнічае павелічэнню колькасці наведвальнікаў, пашырэнню іх складу, але і падтрымлівае цікавасць публікі да музея, фарміруе кантынгент пастаянных наведвальнікаў з ліку мясцовых жыхароў. Акрамя таго, выстаўкі спрыяюць камплектаванню музейнага фонду і мадэрнізацыі асноўнай экспазіцыі музея.

У цяперашні час у музейнай практыцы склаліся тры асноўныя тыпы выставак: тэматычныя, у аснове якіх ляжыць канкрэтны сюжэт; фондавыя, што знаёмяць наведвальнікаў з малавядомымі і маладаступнымі калекцыямі; справаздачныя, ствараемыя па выніках камплектавання фондаў і рэстаўрацыйных прац, так званыя выстаўкі новых паступленняў.

1. Арзамасцев, В.П. О семантической структуре музейной экспозиции / В.П.Арзамасцев // На пути к музею XXI века. Музееведение: сб. науч. тр. – М., 1989.

2. Гнедовский, М.В. Музейная коммуникация как предмет музееведческого исследования / М.В.Гнедовский, В.Ю.Дукельский // Музейное дело. Музей – культура – общество: сб. науч. тр. – М., 1992. – Вып. 21.

3. Камерон, Д. Музей: храм или форум / Д.Камерон // Музейное дело. Музей – культура – общество: сб. науч. тр. – М., 1992. – Вып. 21.

4. Странский, З. Понимание музееведения / З.Странский // Музееведение. Музеи мира / З.Странский. – М., 1991.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ