

Музейная экспозиция как знаковая и информационно- коммуникационная система*

*Е. Л. Краснова,
аспирантка БГУ культуры и искусств*

Статья раскрывает особенности изучения музейной экспозиции посредством использования различных научных подходов. В результате экспозиция предстаёт, с одной стороны, в роли коммуникационного центра, с другой — семиотического пространства. Анализ научных разработок известных музеологов и культурологов помогает определить не только категориальный и терминологический аппарат, но и обозначить основные теоретические направления в изучении музейного экспозиционного пространства.

Введение

В современной музееведческой науке рельефно обозначилось возросшее внимание к проблеме, связанной с изучением свойств, особенностей восприятия и определением сущности музейного экспозиционного пространства. В последнее время в музееведческой науке изменению подвергается устоявшееся восприятие музейной экспозиции. На смену традиционному видению экспозиции как места, где размещаются предметы для их демонстрации, пришло понимание экспозиционного пространства как некоей сложной системы, которая обладает чётко структурированной основой. Многие исследователи, к примеру М. Б. Гнедовский, А. Хупер-Гринхилл, придерживаются мнения, что экспозиция может выступать в качестве информационно-коммуникационного центра, где происходит непосредственное «общение» посетителя с экспозиционным

пространством или отдельными его компонентами, в роли которых выступают экспонаты. Некоторые музеологи, как, например, С. Т. Махлина, О. Ф. Таланцева, предпочитают культурологический подход и рассматривают экспозиционный зал в виде своеобразного семиотического пространства, наполненного разнообразными символами и знаками. Существует и «лингвистическая» концепция, согласно которой экспозиция предстаёт в виде текста, языковая структура которого состоит из ряда взаимосвязанных компонентов, роль которых выполняют экспонаты и различные элементы художественно-декоративного оформления. К этому направлению можно отнести исследования Т. П. Полякова, Н. А. Никишина и др. Приведённые выше направления, безусловно, доказывают, что музейная экспозиция превратилась в важный объект научного знания. Несомненно, теоретические разработки

*Рецензент — Ю. Г. Болотова, заведующая кафедрой культурологии Института современных знаний им. А. М. Широкова, кандидат культурологии. Рекомендовано кафедрой истории Беларуси и музееведения БГУ культуры и искусств.

помогают усовершенствовать прикладные моменты создания музейной экспозиции.

Исходя из вышеизложенного, мы считаем возможным поставить в качестве основной задачи данной статьи рассмотрение некоторых из перечисленных концептуальных направлений. Мы полагаем, что необходимо провести анализ определённой схемы, которая, в свою очередь, предполагает исследование знаково-символических элементов, выступающих в роли средства для осуществления процесса коммуникации. Знаковая информация, используемая для организации экспозиционной среды, представляет собой основу, с помощью которой происходит «общение» посетителя не только с экспонатами, но и погружение его в созданную художником атмосферу. То есть в данном контексте необходимо рассмотреть два из указанных выше теоретических направления, а именно: первое, представляющее экспозиционные залы как пространство, наполненное образно-символическими элементами, и второе – рассматривающее музейную экспозицию в качестве коммуникационного центра.

Основная часть

Весьма популярным направлением современного музееведения является анализ экспозиционного пространства с точки зрения семиотики. Закрепилось видение экспозиции как своеобразного вместилища скрытых смыслов, представленных в залах музея в виде определённых знаков, прочтение которых напрямую зависит от способности зрителя увидеть и «прочитать» заложенную художником информацию. Такой интерес исследователей прежде всего связан с новым пониманием как феномена музея, так и организации экспозиционного пространства, которое предстаёт в качестве сложноорганизованной семиотической системы.

Если обратиться к эволюции знаний по данной проблеме, то можно заметить, что применение философских и культурологических методик в музееведческой науке получило большую популярность ещё в начале прошлого столетия. Впервые понятия «язык музея» и «язык экспозиции» стали широко

использоваться участниками I Всероссийского музейного съезда, проходившего в начале 1930-х годов, и авторами журнала «Советский музей». По мнению некоторых исследователей, уже музеееды того времени рассматривали в качестве главной функции передачу «эмоционально и эстетически окрашенной информации, осуществляемой через музейную экспозицию» [2, с. 17].

Большое количество статей 1930-х годов было посвящено изучению процесса восприятия экспозиционного пространства, влияния цвета, света, формы на воображение посетителя. Среди работ советских учёных-музееведов того времени можно назвать статьи Н. М. Дружинина «Научная подготовка музейной экспозиции», Л. В. Шестакова «Марксизм-ленинизм в экспозиции музеев революции», И. К. Луппола «О задачах “Советского музея”», К. А. Соловьёва «Художественное оформление музейной экспозиции» и др. Некоторые исследователи уже тогда пришли к мнению, что «всякая музейная экспозиция путём комбинации разнообразного музейного материала должна на предметном языке экспонатов выражать законченное, методологически выдержанное научное построение» [6, с. 19]. Мы считаем, что высказывая данную мысль, автор хотел подчеркнуть необходимость использования образно-символической основы для организации экспозиционного пространства, в котором как экспонаты, так и художественные элементы должны служить одной цели – передаче посетителю эмоционально окрашенной информации, способствующей более глубокому осмыслению тематики экспозиции.

Постепенно, параллельно с процессом становления политической системы советского государства, начинает проявляться идеологическая направленность и чёткая функциональность экспозиции, что приостановило развитие изучения «языка» музейной экспозиции в конце 30-х и до начала 60-х годов XX века.

Новый этап в эволюции представлений о «языке» музея начинается с конца 70-х – начала 80-х годов прошлого столетия. В этот период, в отличие от предыдущего,

появились лишь немногие статьи, которые посвящены непосредственно изучению данной проблематики под семиотическим углом зрения. Опираясь на работы отечественных (Ю. М. Лотман, Б. А. Успенский) и зарубежных (Ч. С. Пирс, Ф. де Соссюр) культурологов, семиотиков, музееведы имели возможность обобщать, логически сопоставлять полученные результаты и применять их в музейной практике.

На современном этапе всё большее пространство получают исследования, которые раскрывают особенности, отражающие внутреннюю структуру экспозиционного пространства и музея в целом, в условиях современной информационной культуры. К разработкам этого направления следует отнести работы Н. А. Никишина «Музейные средства: знаки и символы», «Язык музея» как универсальная моделирующая система музейной деятельности», В. П. Арзамасцева «О семантической структуре музейной экспозиции», А. Ю. Волькович «Музейная экспозиция как семиотическая система», Е. А. Окладникова «Музейный предмет и его семиотический дискурс» и многих других авторов. Они являются не только теоретиками, но и практиками в создании уникальных экспозиционных залов.

Среди наиболее значимых, на наш взгляд, можно выделить труды российского исследователя С. Т. Махлиной, которая не только смогла применить методы семиотики в музееведческой области, но и создала прочную теоретическую базу для развития исследований в данном направлении. Из её работ («Язык искусства», «Семиотика культуры и искусства» и др.) можно почерпнуть подробную информацию о языковых особенностях культуры и искусства в разрезе музейной проблематики. Остановимся более подробно на статье «Семиотический аспект музейной экспозиции», в которой автор проводит анализ специфики отдельных элементов и всей экспозиции в целом. Принимая во внимание типологию знаков, предложенную Ч. Пирсом, в которой выделяются знаки-изображения, знаки-признаки и условные знаки, С. Т. Махлина представляет собственную практическую интерпретацию

«музейных знаков», которые являются непосредственной основой любой экспозиции. Так, знак-изображение, по её мнению, воспроизводит в своей материальной основе структуру самого отображаемого объекта. В качестве примера автор приводит мемориальные музеи, где демонстрируются вещи, непосредственно использовавшиеся той личностью, которой посвящён данный музей. К знакам-признакам относятся «предметы или их свойства, несущие информацию о тех явлениях, которым они постоянно сопутствуют и частью или следствием которых они являются» [7, с. 112]. К условным музейным знакам исследователь относит такие элементы экспозиции, как обозначение маршрута, обозначение элементов витрины, этикетаж.

Более того, С. Т. Махлина утверждает, что музейную экспозицию можно рассматривать как «знаковую систему особого рода», подобную, но не тождественную иным знаковым системам [7, с. 111]. Особенность музейной знаковой системы заключается в том, что для неё характерны лишь некоторые свойства знаковых систем: связь существующих «знаков», введение новых на основе правил, зависимость значения «знака» от его места в системе. Такая условность говорит о том, что экспозиционное пространство музея может представлять в качестве сложной семиотической системы, которая позволяет переводить процесс общения на уровень чувственного восприятия.

Указанная работа позволяет не только увидеть авторское понимание и отношение к объекту исследования, но и проследить некоторые особенности использования семиотики в качестве метода музееведческой науки. Однако, несмотря на явные достоинства, основной недостаток работы заключается в том, что автор не подтверждает высказанные мысли фактами.

Изучению «языка музея» посвятил свои работы известный российский исследователь Н. А. Никишин. Признание самого понятия «язык музея» в качестве объекта музееведческого исследования, по его мнению, позволяет совершенно по-новому взглянуть на теорию и практику музейного дела. Автор

проводит интересную параллель, заявляя, что, подобно естественным языкам, «язык музея» имеет соответствующие составляющие, позволяющие создавать тексты, построенные на особенностях «музейной грамматики». Он пишет, что «язык» состоит из «знаков, образующих словарь языка (в качестве знаков здесь выступают музейные предметы, в качестве словаря – фонды музея) и грамматики языка, т. е. правил взаимного сочетания знаков в процессе объединения их в тексты (экспозиции)» [8, с. 24]. Можно сказать, что такое понимание сущности музейного пространства является весьма интересным, поскольку это позволяет увидеть скрытые смыслы в том, что с первого взгляда может показаться очевидным.

По мнению Н. А. Никишина, «язык музея» является в некотором смысле переводчиком высказываний с вербального языка на язык экспонатов, выставленных в экспозиционном зале. Интерпретация знаковых элементов экспозиции попадает в зависимость от личностных особенностей зрителя, который, исходя из собственного понимания, опыта и кругозора, может увидеть совершенно иную экспозиционную «картину», нежели художник, её создававший, что превращает процесс коммуникации в непредсказуемое и занимательное действие. При организации экспозиционного пространства весьма существенной проблемой становится правильный выбор знаковых комбинаций, которые способны не только более чётко организовать информационное поле экспозиции, но и сделать её яркой и эмоционально насыщенной.

Отдельно следует остановиться на исследованиях А. Ю. Волькович, которая посвятила кандидатскую диссертацию «Музейная экспозиция как семиотическая система» непосредственному изучению семиотического аспекта экспозиции [2]. Указанная работа отличается глубоким и содержательным анализом различных точек зрения известных зарубежных и российских музеологов и философов прошлого столетия, изучавших специфику «языка музея». Автор подробно рассматривает особенности организации музейной экспозиции как семиотической системы,

а также уделяет внимание её отдельным элементам, в роли которых выступают экспонаты. Однако, по нашему мнению, в указанной диссертации не хватает фактического наполнения и доказательств собственной точки зрения на конкретных примерах. Данное условие является достаточно важным, поскольку помогает наглядно увидеть особенности теоретических исследований, рассматривающих организацию экспозиционного пространства в семиотическом ключе.

Если же обратиться к белорусской музееведческой науке, то, к сожалению, невозможно отметить большое разнообразие материала, раскрывающего семиотический аспект экспозиционного пространства. Лишь некоторые сборники материалов конференций отражают данную проблематику. Обратимся к работе О. Ф. Таланцевой «Музей как семиосфера культуры». По своей сути она имеет теоретический характер. Основываясь на исследованиях Ю. М. Лотмана, автор размышляет о различных семиотических уровнях музея: «...каждое произведение в музее находится в своём семиотическом пространстве, которое не только выделяет его, но и указывает на него как на уникальное, неповторимое произведение, не являющееся частью какого-либо пространства» [9, с. 62]. Автор отмечает, что каждый человек может воспринимать предмет как в качестве некоего единичного произведения искусства, так и в качестве знака, способного рассказать не только о самом предмете, но и о месте его бытования, временных особенностях и даже стилевых пристрастиях определённого исторического периода. Далее О. Ф. Таланцева размышляет о том, что возможно и иное восприятие, «когда произведение искусства начинают рассматривать в контексте окружающих его произведений, таких же независимых, как оно само, и одновременно являющихся составной частью некоего семиотического ряда, который рассыпается и исчезает тотчас же, как только меняется угол зрения» [9, с. 62]. Другими словами, в зависимости от того, как мы рассматриваем предмет, единично или в комплексе, изменяется

отношение к экспозиции в целом. На наш взгляд, мысли, высказанные исследователем, подтверждают наше убеждение в том, что экспонат, представленный в виде знаково-символического компонента, приобретает многозначность смыслового прочтения. Каждый человек, оказавшись в залах музея, воспринимает те знаковые элементы, которые помогают ему увидеть собственное, созданное его воображением, произведение искусства.

Таким образом, можно отметить возросшее внимание к феномену музейной экспозиции. Многие учёные начинают говорить о том, что наличие знаково-символической информации помогает создать уникальный, неповторимый образ в воображении каждого посетителя, что ориентирует коммуникацию на внутренний мир человека.

Анализируя теоретические разработки в области теории музейной коммуникации, можно отметить, что с 1970-х годов начинают активно появляться социопсихологические и культурологические исследования, направленные на изучение коммуникационных процессов, происходящих в стенах музея. Родоначальником их изучения в музееведении стал Дункан Ф. Камерон, который предложил рассматривать музей как особую коммуникационную систему. В понимании исследователя, музейная коммуникация – это процесс общения посетителя с вещами, где посетитель должен обладать способностью понимать «язык вещей», а создатели экспозиции – выстраивать с помощью экспонатов невербальные пространственные «языковые конструкции».

С появлением работ Д. Камерона в музееведческой науке начинается интенсивная разработка проблематики музейной коммуникации. В 1980–1990-е годы происходит концептуальное оформление теории музейной коммуникации, которая, наряду с другими традиционными направлениями музееведения, находит своё отражение в работах зарубежных и отечественных исследователей. Существенный вклад в её разработку внесли учёные-музеологи Ю. Ромедер («Методы и средства музейной работы: педагогика

обслуживания отдельного посетителя в музее»), Р. Стронг («Музей и коммуникация»), З. Странский («Музей, искусство и перспективы развития человечества»), А. Хупер-Гринхилл и многие другие. Среди российских музееведов можно назвать Е. К. Дмитриеву, М. Б. Гнедовского, Ю. П. Пищулина, Т. П. Калугину и т. д. Что же касается белорусского музееведения, то сегодня, к сожалению, мы можем найти лишь немногие статьи о музейной коммуникации.

Среди зарубежных музеологов необходимо отметить А. Хупер-Гринхилл, которая высказывает собственное понимание коммуникационного процесса, происходящего в залах музея. По мнению исследовательницы, экспозиция предстаёт в виде нейтрального пространства, которое профессиональные музейные работники превращают в «срединное знаковое звено между посетителем и создателями экспозиции» [1, с. 25]. А. Хупер-Гринхилл утверждает, что не только музейный работник наделяет экспозицию смыслом, но и каждый зритель вносит свою собственную интерпретацию, опираясь на личные ощущения, переживания и опыт. Отдельное внимание автор уделяет именно знаковым элементам, которые, по её мнению, способны раскрыть глубинные смыслы, заложенные в подсознании каждого человека. Знаковая информация, заключённая в экспозиции, помогает вывести процесс коммуникации на иной, подсознательный уровень, что способствует получению более глубокого впечатления от увиденного. Мы уверены, что такое понимание сущности коммуникационного процесса помогает придать индивидуальный характер экспозиционному пространству, познать уникальность и неповторимость человеческого восприятия.

Как одну из наиболее важных работ по проблеме музейной коммуникации можно отметить диссертацию российского музеолога М. Б. Гнедовского «Коммуникационный подход в музееведении: теоретические и прикладные аспекты». В своём исследовании автор не только обращается к истории возникновения понятия «коммуникация», но

и рассматривает её в музейном контексте. Использование коммуникационного подхода может служить «отправным пунктом» для обозначения основных постулатов теории музейной коммуникации [3, с. 16]. К числу специфических проблем своего исследования автор относит и определение такого понятия, как «музейный язык», «язык экспозиции», что говорит о более широком видении тематики. Мы убеждены в правильности его мысли о том, что коммуникационные процессы музея во многом зависят от того потока информации, который в нём заложен от грамотной организации самого пространства для прочтения и восприятия этой информации.

М. Б. Гнедовский создаёт новый концептуальный подход музейной коммуникации. Так, например, кроме описания различных коммуникационных моделей, он выделяет два важных структурных аспекта в разработке своей концепции. Первый связан с возможностью всестороннего личностного общения посетителей музея, а второй – со взглядом на музей как на «центр межпрофессионального общения» [3, с. 25]. Таким образом, автор утверждает, что коммуникационные процессы в музее возможны не только в экспозиции и не только с помощью экспозиционных материалов, но и вне выставочного пространства. Кроме стандартной схемы: посетитель – экспозиция – экскурсовод, возможны и другие: посетитель – экспозиция – посетитель, музейный работник – специалисты других научных сфер, посетитель и его внутренний диалог сам с собой и другие параллели. По нашему мнению, такие концептуальные подходы имеют не только определённое значение для развития теоретической основы музееведческой науки, но и важный прикладной момент, который требует дополнительной разработки.

Что же касается белорусского музееведения, то здесь можно заметить отсутствие значительных прикладных проектов и теоретических разработок. В последнее время теория музейной коммуникации активно обсуждается в научных кругах музейщиков, о

чём свидетельствуют различные конференции и форумы. К сожалению, немногие статьи посвящены этой проблеме. Представляют интерес размышления известного белорусского историка и музееведа А. А. Гужаловского. В статье «Працэс камунікацыі ў музеі: пошукі аптымальнай мадэлі» автор даёт подробное описание коммуникационных процессов, происходящих в музее, анализирует различные концепции известных зарубежных музееведов и высказывает собственное понимание понятия «музейная коммуникация». Он считает, что, «паўнапраўнымі ўдзельнікамі музейнай камунікацыі з'яўляюцца архітэктара музейнага будынка, сувенірная крама, гардэроб, кавярня, рэкламныя шыльды» [5, с. 18]. То есть в представлении А. А. Гужаловского в процессе коммуникации участвует не только непосредственно музейная экспозиция, но и все дополнительные помещения и объекты интерьера, которые создают саму атмосферу и имидж музея. Несомненно, всё это играет заметную роль в процессе становления личностного отношения каждого посетителя к музею. Тем не менее мы отстаиваем своё мнение, что при всех потенциальных возможностях музейной среды отдельное место занимает экспозиция, выступающая центром коммуникации и информационного обмена.

Результаты этих, пока ещё немногочисленных, исследований подвели к выводу о важности систематического исследования коммуникационных процессов в стенах музея. Тем не менее, принимая вышеотмеченные особенности, мы придерживаемся мнения, что основная культурно-информационная ценность заключена в музейной экспозиции, предстающей в качестве сложноорганизованного коммуникационного центра. Именно экспозиция становится ключевым моментом всего музейного пространства, способного вступать в диалог с посетителем, давать знания и обогащать воображение зрителя яркими и аттрактивными образами.

Анализ отечественных и зарубежных работ позволяет говорить о том, что проблема изучения семиотического потенциала

музейной экспозиции обсуждается в научных кругах. Рассматривая экспозицию в качестве семиотической системы, исследователи пытались увидеть в экспозиционном пространстве не просто помещение, наполненное ценными предметами, а сложноорганизованную среду, дополнительный информационный потенциал которой заключён в знаково-символических элементах.

Коммуникационный подход помогает рассмотреть экспозицию в качестве основного центра разностороннего общения. Соединим два подхода в единую систему и получим полноценную картину, которая позволяет рассмотреть музейную экспозицию с различных точек зрения и углубить индивидуальное восприятие и понимание сути предметного мира.

Список цитированных источников

1. The educational role of the museum. – London; New York: Routledge, 1994. – 241 p. – (Leicester readers in museum studies).
2. Волькович, А. Ю. Музейная экспозиция как семиотическая система / А. Ю. Волькович : дис. ... канд. культуралогии. – СПб., 1999. – 192 л.
3. Гнедовский, М. Б. Коммуникационный подход в музееведении: теоретические и прикладные аспекты / М. Б. Гнедовский: автореф. дис. ... канд. истор. наук. – М., 1994. – 18 с.
4. Гнедовский, М. Б. Современные тенденции развития музейной коммуникации / М. Б. Гнедовский // Музееведение. Проблемы культурной коммуникации в музейной деятельности : сб. науч. тр. НИИ культуры. – М., 1989. – С. 16–34.
5. Гужалоўскі, А. А. Працэс камунікацыі ў музеі: пошукі аптымальнай мадэлі / А. А. Гужалоўскі // Музей і наведвальнік / рэдсавет: З. Шыбека (адк. рэд.) [і інш.]. – Мінск, 1999. – С. 10–19.
6. Дружинин, Н. М. Научная подготовка музейной экспозиции / Н. М. Дружинин // Методика музейной работы : сб. науч. тр. – М., 1935. – С. 17–40.
7. Махлина, С. Т. Семиотический аспект музейной экспозиции / С. Т. Махлина // Музей в современной культуре : сб. науч. тр. / науч. ред. Н. И. Сергеева; Гос. акад. культ. – СПб., 1997. – С. 109–119.
8. Никишин, Н. А. Музейные средства: знаки и символы / Н. А. Никишин // Музейная экспозиция. На пути к музею XXI века : сб. науч. тр. / отв. ред. М. Т. Майстровская. – М. : РИК. – 1997. – С. 23–32.
9. Таланцева, О. Ф. Музей как семиосфера культуры / О. Ф. Таланцева // Музей в современной культуре : сб. науч. тр. / научн. ред. Н. И. Сергеева; Гос. акад. культ. – СПб., 1997. – С. 60–67.

Получено 16.12.09.

Цікавішся? Прачытай!

Как россияне справляются со стрессом?

- Общение с друзьями – 43 %
- Кино – 26 %
- Валяются в кровати и ничего не делают – 20 %
- Музыка – 19 %
- Книги – 16 %
- Хобби – 13 %
- Алкоголь, сигареты – 13 %
- Что-нибудь вкусное – 12 %
- Посещают церковь – 10 %
- Играют с домашним питомцем – 10 %
- Принимают ванну или душ – 10 %
- Компьютерные игры, Интернет – 8 %
- Шоппинг – 7 %
- Секс – 3 %

По материалам газеты «Аргументы и факты» (20 окт. 2010. – № 42. – С. 31).