

УДК 069+303.01+303.833.5

Л. М. Шляхтина

СОВРЕМЕННЫЙ МУЗЕЙ: ИДЕИ И РЕАЛИИ

Что такое современный музей? Это храм, «машина времени», «пространство духовной безопасности», «навошенная пустыньность», университет знаний, театр культуры, «пространство публичного одиночества» или Диснейленд? Этот вопрос волнует профессионалов и всех тех, кто к музею обращается в поисках личностных и социальных смыслов. Международное профессиональное сообщество предприняло попытку структурирования научных поисков, закрепив их во временном определении, опубликованном в «Кодексе музейной этике ИКОМ» 2006 г. Оно гласит: «Музей – некоммерческое учреждение на постоянной основе, действующее на благо общества и его прогресса, открытое для публики, которое приобретает, сохраняет, исследует, пропагандирует и экспонирует – в целях обучения, образования и удовольствия – материальные и нематериальные свидетельства человека и окружающей среды»¹. В отечественной научной мысли современный взгляд на музей представлен в «Словаре актуальных музейных терминов», где утверждается, что музей – это «культурная форма, исторически выработанная человечеством для сохранения, актуализации и трансляции последующим поколениям наиболее ценной части культурного и природного наследия. В процессе генезиса и исторической эволюции музей реализовался как открытое для публики некоммерческое учреждение, осуществляющее свои социальные функции на благо общества. Являясь институтом социальной памяти, музей отбирает, хранит, исследует, экспонирует и интерпретирует первоисточники знаний о развитии общества и природы – музейные предметы, их коллекции и другие виды движимого и недвижимого, материального и нематериального культурного наследия»².

Данные определения музея, достаточно емкие и не противоречащие друг другу по своей сути, тем не менее, допускают и даже стимулируют размышления, уточняющие «смысл и назначение музея», особенно в современных условиях модернизации общества и перехода к инновационному пути развития. Современный мир знаний характеризуется глобализацией, непрерывным увеличением объема информации, стремительным развитием информационных технологий. В результате возникает противоречие между информационным изобилием и дефицитом знаний, представляющее собой информационно-психологическую угрозу для накопления личностного знания, выступающего как стратегический ресурс социально-экономического развития общества. Приобретение

¹ Кодекс музейной этике ИКОМ. ИКОМ России. М., 2007. С. 16.

² Словарь актуальных музейных терминов // Музей. 2009. № 5. С. 47-68.

знаний невозможно без ценностного осмысления человеческого бытия. Система ценностей как «мир значений, благодаря которому человек приобщается к чему-то более важному и непроходящему, чем его собственное эмпирическое существование» является важнейшей составляющей жизни общества³. Ценности духовной культуры обуславливают сохранение общества, его воспроизводство, приносят смысл в жизнь каждого человека. Классическая триада ценностей – добро, истина, красота – должны оставаться императивом человеческой жизни. Это предъявляет особые требования к основным социокультурным институтам, в том числе и к музею. Аккумулируя высшие достижения творческого духа человека, музей выступает как совокупность материальных и духовных ценностей, обращенных к своему творцу, продуктом активности которого является культура. Музей можно назвать уникальным результатом взаимодействия культуры и разума человека. «Человеческое» измерение в этом контексте не случайно, оно позволяет говорить, по мнению математика В. В. Налимова, о «социальной терапии общества»⁴. Следовательно, можно считать, что важнейшим стратегическим фактором, определяющим как смысл и назначение музея, так и идеи, осознающие его миссию, и реалии, определяющие его бытование, является человек.

Современного посетителя музея можно назвать «новым культурным потребителем», ориентированным не столько на получение констатирующей информации просветительного характера, сколько на получение удовольствия. По мнению Т. Абанкиной, такое понимание задается глобальным переходом от товаропроизводящей экономики к экономике символов и переживаний⁵. Как было отмечено ранее, в определении «музей», предложенном ИКОМ, присутствует задача – удовлетворение потребности в «удовольствии». В определении, данном отечественными коллегами, эта деятельность музея деликатно исключена. Однако, реалии музейной действительности, определяют важность ее осмысления. В современной социальной практике не только объем материальных благ и услуг, но и культурно-символический компонент – гений места, «душа города», неотчуждаемый топос, хронотоп, миф, символ, образ, предание – становятся ресурсом развития, в том числе и развития личности. Музей, трансформируясь, превращается в институт внутрикультурной рефлексии, сферу ответственности человека, расширяя его жизненные горизонты и личностные компетенции. Это особенно актуально в условиях активного навязывания духовного фаст-фуда через средства массовой коммуникации.

Можно заметить, что в сегодняшней практике рациональная составляющая музейной информации в существенной степени включается в информационные центры, киоски, порталы и т.д., как бы освобождая пространство для бытования культурно-символических смыслов историко-культурного наследия. Данное замечание корреспондируется с пониманием современной модели музейной коммуникации, которая

³ Здравомыслов А. Г. Социология конфликта. М., 1994. С. 184.

⁴ См., напр.: Налимов В. В. В поисках иных смыслов. М., 1993.

⁵ Абанкина Т. Экономика желаний в современной «цивилизации досуга». Цит. по: Павлова Н. Музей “for fun”? // Музей и личность / Отв. ред. А. В. Лебедев. М., 2007. С. 117.

подразумевает множественность способов освоения реальности, включая нерациональные – интуицию, воображение, ассоциации, эмпатию. Не методологическая заданность только одной профильной науки, а интердисциплинарные проектные идеи определяют ракурс видения того или иного явления, превращая ценности историко-культурного и природного характера в многомерный феномен, гипертекст, соединяя порой пространство и время в форме свободных конфигураций: «Новое рождается сегодня не в профильных областях знаний и даже не на стыке их, а в результате обмена смыслами между ними, трансляцией и взаимопереводимостью их языков»⁶. Новые смысловые интерпретации рождаются в результате искусного и искусственного соединения несовместимых ранее культурных феноменов. Примером может быть проект Ярославского историко-культурного и художественного музея-заповедника «Выбор истории. История выбора». Выставка соединяет исторический выбор региона и страны в переломные моменты истории, выбор профессии и выбор спутника жизни в новое смысловое поле альтернативного выбора, который сопровождает человека на протяжении всей жизни, сосуществуя в различных измерениях – бытовом, социальном, политическом. Акцент в данном проекте, как можно увидеть, сделан не на «научно-объективное», а на гуманитарное знание, которое понимается как особый способ «живого душевно-духовного включения, приобщения, переживания»⁷. Иными словами – в постижении реальности, основанной на со-переживании и соучастии. По мысли Мераба Мамардашвили, «вся цивилизация, вся культура <...> – это сказки <...> в той мере, в какой это не вырастает из души каждого <...> не порождено каждым изнутри себя»⁸. Гуманитарное знание, рождая образ, метафору, символ делает возможным прочувствовать смыслы, скрытые от рационального осознания. Результатом становится качественное изменение личности – самоидентификация, обретение нового опыта, постижение историко-культурного наследия как части своей духовной жизни. В реалиях музейной практики наиболее ярко эти идеи проявляются в развитии театрализации, которая привлекает пристальное внимание практиков и исследователей с 1970-х гг. (Л. М. Шляхтина, Е. Н. Крайнер, И. А. Щепеткова и др.)⁹. Активизация ее в современных условиях катализируется экономическим целесообразностью и доступностью технических

⁶ Шор Ю. М. К характеристике поля гуманитарного знания // Методология гуманитарного знания в перспективе XXI века: К 80-летию профессора М. С. Кагана: Материалы международной научной конференции, 18 мая 2001 г. СПб., 2001. С. 171.

⁷ Там же.

⁸ Мамардашвили М. К. Лекции о Прусте. М., 1995. С. 89.

⁹ См.: Щепеткова И. А.: 1) Театрализация музейного пространства как форма взаимодействия с посетителями. Автореф. дис. канд. культурологии. СПб., 2006; 2) Музей: метаморфозы театральности. СПб., 2005; Шляхтина Л. М. 1) Нужен ли музею режиссер? // Культурно-просветительная работа. 1982. № 7. С. 14-16; 2) Музейная педагогика: метод театрализации // Актуальные проблемы музейного дела. Сборник трудов творческой лаборатории «Музейная педагогика» кафедры музейного дела. М., 2010. Вып. 8. С. 54-58; Крайнер Е. Н. Культурно-досуговая деятельность в системе музейной коммуникации // Музеи России: поиски, исследования, опыт работы. СПб., 2001. Вып. 6. С. 54-58; Середина Е. В. Роль музеев в формировании территориальных рекреационных систем. Автореф. дис. канд. географ. наук. М., 1995.

новшеств и свободой творческого выражения. Однако настойчивая тенденция, связанная с развитием театрализации, с одной стороны, и ее трактовка некоторыми музейными сотрудниками как агрессии «развлекательности» в музее, с другой, вызывает закономерную тревогу отечественной и зарубежной профессиональной общественности. Острая дискуссия по данной проблеме ведется в рамках Комитета по культурно-образовательной деятельности ИКОМ. Тем не менее, в своей практике музей все явственнее приближается к «музею-событию» и «музею-со-бытию»¹⁰, используя театрализацию. Анализ реальной практики последней позволяет выделить ее основные направления.

Во-первых, музейная экспозиция все чаще строится по драматургическим законам, на основе концептуального подхода или сценария, необходимого не только для научной презентации музейных предметов, но и для создания целостного художественного образа. Причем экспонаты могут быть оторваны от привычного контекста, обнаруживая новые смыслы и метафоры. Способ их подачи часто отрежиссирован, «потому что многие компоненты – и направленная подсветка, и цветные «задники» и «кулисы» – все это очень напоминает театр»¹¹. Современная экспозиция характеризуется многогранностью, «остротой и яркостью своего пластического выражения, сближаясь со спецификой театрального действия»¹². Ярким примером, характеризующим это направление, может быть выставка в Российском этнографическом музее «Глазами Гоголя». Авторы концепции, Д. А. Баранов и Н. Н. Прокопьева, соединили этнографический материал и литературные произведения, создав многослойный текст. Так, инсталляция «Дорога» не только иллюстрирует начало поэмы «Мертвые души» и позволяет вспомнить авторский текст, но и дает возможность представить, благодаря этнографическому материалу, как выглядели те самые упомянутые автором мужики. Ведь Н. В. Гоголь не дает их описания. А центр композиции – колесо и верстовой столб являются смысловым ключом, «главным действующим лицом», символизирующим движение, дорогу.

Второе направление театрализации в музее связано с привнесением в его деятельность приемов, характерных для зрелищных искусств: костюмированных персонажей, применение ролевых и обучающих игр (музеи ремесел, например), представление ритуалов (этнографические музеи), музыкальное, звуковое и сенсорное сопровождение музейной деятельности. Не ставя перед собой цель детального анализа, все же нельзя не отметить разнообразие и экспрессивную сущность их участия в музейной деятельности. Опыт музеев России и мировая практика в использовании этого направления показывают эффективность художественного высказывания, демонстрируют ее значение в прочтении заложенных в музейных предметах смыслов и расширении чувственной одномерности музея. Так, рыцарские турниры в Выборгском краеведческом музее, Этнографический Пан-театр в Российском этнографическом музее, музыкальное и звуковое

¹⁰ См.: *Щепеткова И.А.* Музей: метаморфозы театральности.

¹¹ *Калугина Т. П.* Художественный музей как феномен культуры. СПб., 2001. С. 107.

¹² *Майстровская М. Т.* Музейная экспозиция: тенденции развития // На пути к музею XXI века: Сб. научн. трудов. М., 1997. С. 12.

сопровождение на экспозиции многих музеев мира и даже запахи (Проект Государственного Эрмитажа «Запахи Караваджо») – лишь немногие иллюстрации подобных практик.

Третье направление связано с расширением пространства музея благодаря созданию на его территории перформансов, арт-акций, театральных спектаклей. Перформансы чаще всего проходят в художественных музеях и галереях. Тяготея к театральным способам выражения образа и имея видимую связь с театральным зрелищем, специалистами они относятся к особому виду изобразительного искусства. Тем не менее, распространение в музейной практике «живых картин», по сути, напоминает перформанс. Примером наиболее яркой и впечатляющей акции может быть «Ночь в музее», объединяющая государственные, муниципальные и частные музеи в программу, длящуюся обычно до двух – трех часов ночи, в которой можно увидеть не-музейные мероприятия-концерты популярных артистов, мультимедийные и традиционные перформансы, театрализованные представления и т.д. Так, в Шереметьевском дворце Государственного музея театрального и музыкального искусства во время акции «Ночь в музее – 2010» предложена театрализованная программа «Театральный переполох в доме графа Шереметева». Посетителям музея предоставлена возможность вместе с актерами домашнего театра Шереметевых встать к балетному станку, спеть оперные арии и водевильные номера, получить урок актерского мастерства и этикета.

В современную жизнь музеев прочно вошли спектакли. Они проходят как у стен музеев, крепостей, кремлей, так и во дворцовых парках и на других исторических площадках. Опыт Пскова, Вологды, Санкт-Петербурга и других городов России и мира в последние 10 лет особенно показателен в этом направлении. Пример тому – проекты Мариинского театра с музеями: «Борис Годунов» во дворе замка музея в Выборге, «Князь Игорь» в крепости музея в Ивангороде. Очень популярны театральные спектакли в музейном пространстве литературно-мемориальных музеев и в музеях-усадебках. Спектакли в петербургских музеях Г. Р. Державина, А. С. Пушкина, А. А. Ахматовой; в московских музеях А. С. Пушкина, Л. Н. Толстого, В. В. Маяковского, В. С. Высоцкого; в доме-музее Ф. М. Достоевского в Старой Руссе и в музее-заповеднике А. Н. Островского в «Щелково» (Костромская область), в музее А. П. Чехова «Мелихово» и многие другие опыты показывают перспективность создания специфического сценического зрелища, нерасторжимо связанного с аурой заповедного места, являющегося одновременно и яркой, действенной, впечатляющей образовательной акцией.

Не претендуя на завершенность суждений и их неоспоримость, считаю возможным резюмировать, что современный музейный мир реагирует социальными практиками на вызовы времени. Вектор взаимодействия с музейной аудиторией меняется от образовательной направленности в сторону удовлетворения потребности в «событии». Возможность музея «выстоять», сохранив свои феноменологические признаки, не мутируя в сторону досугового центра, сохранится лишь при условии серьезных исследований в области его теории и практики.

Информация о статье

Автор: Шляхтина Людмила Михайловна – канд. пед. наук, доцент, Россия, Санкт-Петербургский государственный университет культуры и искусств. shlyachtinalm@rambler.ru

Заглавие: Современный музей: Идеи и реалии.

Абстракт: Ученые ведут активные поиски дефиниции музея, соответствующей современным научным подходам и реалиям практической жизни. Сегодня мир характеризуется противоречием между информационным изобилием и дефицитом знаний, представляя собой информационно-психологическую угрозу для накопления личностных компетенций. Музей является уникальным результатом взаимодействия культуры и разума человека. Современного посетителя музея можно назвать «новым культурным потребителем», ориентированным не столько на получение констатирующей информации просветительного характера, сколько на получение удовольствия. Музей трансформируясь, превращается в институт внутрикультурной рефлексии, расширяя жизненные горизонты посетителя. Рациональная составляющая музейной информации в существенной степени включается в информационные центры, киоски, порталы и т.д., освобождая пространство для бытования культурно-символических смыслов историко-культурного наследия, что соответствует современной модели музейной коммуникации, подразумевающей множественность способов освоения реальности, включая нерациональные – интуицию, воображение, эмпатию. Гуманитарное знание, рождая образ, метафору, символ, делает возможным прочувствовать смыслы, скрытые от рационального осознания. Результатом становится качественное изменение личности – самоидентификация, обретение нового опыта, постижение историко-культурного наследия как части своей духовной жизни. В реалиях музейной практики наиболее ярко эти идеи проявляются в развитии театрализации.

Ключевые слова: инновации, музейная коммуникация, музейная аудитория, экспозиция.

On article

Author: Shlyakhtina Lyudmila Mikhailovna – Candidate of Science in Pedagogy, Associate Professor, Saint-Petersburg State University of Culture and Arts. shlyachtinalm@rambler.ru

Title: The contemporary museum: ideas and reality.

Abstract: Numerous definitions of a word «museum» correlated with modern research and practical approaches have been developed by Russian and foreign scholars. Museum is a unique world comprising both ratio of humankind and culture. It is essential to bear in mind that modern museums' visitors can be called «new culture users». This change had so many issues and ranged so far that we can deal with a few of its aspects only. Museum is an institution with many areas in which learning, experiencing pleasure and relaxation, self-bettering and self-development can take place and the user is asked only to select those with which he is concerned. These numerous opportunities constitute the cultural and symbolic component of modern museum performance and broaden the interpretation of communicative function of museums. At the same time this component becomes the leading factor influencing the process of personal development: forming mentality, world view, spirituality, social and individual values, getting new understanding of situational and life experience, determining behavioral patterns, and etc.

Key words: exhibition, innovations, museum communication, museum visitors.