
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МУЗЕЙНОЙ ЭКСПОЗИЦИИ

УДК 069.052

Мартин Шерер

ЗРИТЕЛЬ В ЭКСПОЗИЦИИ*

Когда мы планируем какую-нибудь экспозицию, то всегда много думаем о потенциальных посетителях. Во-первых, с точки зрения концепции экспозиции: как передать в понятной форме то, что мы хотим сказать? Каким образом и при помощи каких средств? Как составить текстовое сопровождение так, чтобы его легко было читать? И т.д. и т.п. Потом начинается само планирование экспозиции: как лучше всего разместить имеющиеся в нашем распоряжении предметы и тексты? Какой маршрут предложить для посетителей? Где выделить зоны отдыха? На этом этапе также очень много самых разных «т.д. и т.п.». Все время кураторы и экспозиционеры держат в уме некую общую для них модель посетителя¹.

Но когда экспозиция наконец открыта, все оказывается совсем не таким, как мы планировали. В безжалостном свете действительности реальное поведение посетителей не оставляет ни следа от самых прекрасных теорий. Они не только движутся совсем не по тем маршрутам, которые мы для них приготовили, но зачастую еще и понимают подготовленное нами послание по-своему, покидая экспозицию совершенно не с теми идеями, которые надеялись передать им авторы.

С этой дилеммой сложно что-то поделать, даже, несмотря на то, что методы изучения аудитории становятся все более и более эффективными. Музеологические причины такой ситуации коренятся в совершенно особом положении посетителей – иными словами, в том факте, что сам посетитель является интегральной частью экспозиции². Именно это и означает заглавие данной статьи, являющееся парафразом названия книги Умберто Эко «Lector in fabula»³. То, о чем он говорит в своей работе⁴, особенно предлагаемая им модель уровней текстуального сотрудничества⁵, вполне может быть по аналогии применено и к проблеме экспозиции. Упрощая, можно представить это следующим образом: сначала зритель воспринимает экспозицию как выражение, пространственную манифестацию. С

* Подробнее о концепции М. Шерера см. ниже рецензию Л. А. Климова.

¹ Davallon J. L'exposition à l'oeuvre. Stratégies de communication et médiation symbolique. Paris, 1999. P. 19.

² Ср. также: Schärer M. R. Die Ausstellung. Theorie und Exempel. München, 2003. S. 108 и далее.

³ Eco U. Lector in fabula. Die Mitarbeit der Interpretation in erzählenden Texten. München, 1990; Fontanille J. Les espaces subjectifs. Introduction à la sémiotique de l'observateur (discours – peinture – cinéma). Paris, 1989.

⁴ Eco U. Lector in fabula. S. 83 и далее.

⁵ Ibid. S. 89.

помощью энциклопедий (парадигматических и синтаксических структур), возможно знаковых для «отправителя» контекстов и предположений относительно типа экспозиции он обновляет (свое) содержание экспозиции, в котором есть интенсивные и экстенсивные компоненты, влияющие друг на друга: узнавание содержания и структур, а так же их применимость к индивидуальным и коллективным мирам.

Посетители, следовательно, оказываются главным непредсказуемым фактором в любой экспозиции. Они принимают отправляемые им сообщения (не только намеренные, но и скрытые и ненамеренные) по-разному (или не принимают их вовсе) в контексте различных индивидуальных и социальных кодов⁶.

В каждой экспозиции послание, передаваемое элементами этой экспозиции (и, возможно, сопутствующими средствами), кодируется ее автором. Однако оригинальные предметы и другие экспонаты размещаются (т.е. ассоциируются с некими ценностями) в совершенно особом контексте, как система нелингвистических знаков, которая не передает свое послание напрямую и, прежде всего, не делает этого таким образом, который был бы очевиден для любого, даже для того, кто не имеет совершенно никакого репертуара знаков (как делает это, например, запись на магнитофонной ленте). Для разъяснения в экспозиции и используются такие вспомогательные средства, как тексты, изображения, аудиовизуальные материалы, электронные и интерактивные программы. Однако посетитель всегда сталкивается с информацией и образами, которые он должен понять и объединить⁷. Ему приходится проделывать индивидуальную работу по декодированию, которая может привести его к совершенно новому «посланию», о котором создатели экспозиции даже и не думали⁸. Более того, он наделяет различные элементы экспозиции собственными ценностями, в зависимости от своей индивидуальной и коллективной биографии⁹.

Процесс индивидуального декодирования происходит в контексте особой ситуативной кодовой системы музея. Эта система выступает в качестве особого интерпретационного контекста или элемента типизации выстраивания ощущений. Она не только вызывает к жизни другие образцы поведения, но также подводит посетителя к тому, что он интерпретирует то, что видит не так, как мог бы сделать это, если бы увидел нечто похожее в другом контексте¹⁰. В этой связи, говоря о читателе, У. Эко упоминает «существование пресуппозиций»¹¹. Так как никакой однозначно определяемой реальности не существует ни в предмете, ни в наблюдателе, ситуация экспозиции оказывается вечно открытой, полисемантической. Она также содержит – всегда разную – большую или меньшую степень

⁶ См.: *Cocula B., Peyroulet C. Sémantique de l'image. Pour une approche méthodique des messages visuels.* Paris, 1986. P. 43 и далее; *Hooper-Greenhill E. Museums and their visitors.* London, 1994. P. 35 и далее; *Rumpf H. Die Gebärde der Besichtigung // Handbuch museumspädagogischer Ansätze.* Hrsg. von K. Fast. Opladen, 1995. S. 29-45 (Berliner Schriften zur Museumskunde. Bd. 9); *Sweicimski J. The museum exhibition as an object of cognition or creative activity // Museologia.* 1979. № 13. S. 11-20; *Niquette M. Quand les visiteurs ne sont pas seuls: l'analyse sémiocognitive // La muséologie des sciences et ses publics. Regards croisés sur la Grande Galerie de l'Evolution du Muséum national d'histoire naturelle.* Ed. by J. Eidelmann, M. Praët van. Paris, 2000. P. 181-198.

⁷ *Schiele B. Le musée des sciences. Montée du modèle communicationnel et recomposition du champ muséal.* Paris, 2001. P. 66.

⁸ *Eco U. Einführung in die Semiotik.* München, 1988. S. 125.

⁹ *Dech U. Ch. Sehenlernen im Museum. Ein Konzept zur Wahrnehmung und Präsentation im Museum.* Bielefeld, 2003. S. 45 и далее.

¹⁰ *Davallon J. L'exposition à l'oeuvre.* P. 34 и далее.

¹¹ *Eco U. Einführung in die Semiotik.* S. 133.

«шума», т.е. элементов, которые для определенных людей остаются нерасшифрованными. Наконец, следует также учитывать и авторские – не обязательно воспроизводимые – намерения: объяснить, проинформировать, наставить, доставить удовольствие или привлечь внимание, заставить посетителя думать.

Первый опыт, который получает посетитель, всегда непосредственно ассоциативен, а не дискурсивен, т.е. сам факт встречи оказывается важнее, чем получение информации. В основе – созерцание или восхищение¹², интеллектуальное постижение приходит позже. Ф. Вайдакер говорит о «понимающем опыте»¹³. Несмотря на то, что многое было сказано для опровержения этого тезиса, музей все же является в первую очередь пространством опыта, а не обучения, что, конечно же, не означает полную невозможность обучения в музее. Просто это другой вид обучения, оно происходит здесь через опыт, для него выстраивается связующий мост чувств. Д. Фальк и Л. Диркинг называют это «развлекательным опытом, ориентированным на обучение»¹⁴. Как отмечает Х. Трейнен, экспозиция – плохое место для обучения, т.к. на ней обычно отсутствует инструментальная ориентация (т.е. нет дидактических условий)¹⁵, хотя такую функцию могли бы выполнять определенные постановочные средства.

Одна и та же экспозиция будет разной для каждого посетителя. Посетитель сравнивает (как правило, неосознанно) свои повседневные теории, необходимые ему для отбора и интерпретации (т.е. для субъективного понимания), с предметами, представленными на экспозиции. У. Эко различает зачастую встречающиеся при знакомстве с экспозицией произведений искусства стратегии «интерпретации» (с целью понимания) и (субъективного) «использования»¹⁶.

Л. Летоха так обобщает все эти обстоятельства: «Мы полагаем, что объекты, в соответствии с их природой, участвуют в создании предлагаемого экспозицией утверждения, в то время, как на самом деле они остаются автономными и передают такие измерения, которые находятся вне рамок содержания экспозиции. Следовательно, их следует рассматривать и размещать в рамках нарративной программы экспозиции, т.е. репрезентативно, как метонимические или метафорические фигуры, развивающие базовое дискурсивное утверждение, вербальное послание экспозиции. Но кроме того они остаются активными и независимо от этого контекста и выполняют собственную семиотическую функцию. Именно этот структурирующий процесс выделяет экспозицию и не позволяет свести ее к одной лишь идее языка. Ведь она является взаимодействием нескольких языков, которые остаются действенными и вне экспозиции <...> В такой системе у посетителя есть свобода выбора: *voir* в пространственный нарратив, запрограммированный сценическими

¹² *Thürlemann F.* La collection de l'art brut: un musée paradoxal? // *Analyser le musée. Colloque Lausanne*, 1995. Ed. by D. Apothéoz, U. Bähler, M. Schulz. Neuchâtel, 1996. P. 141-148; *Vareille E., Fromont-Colin C.* Les mémoires de la visite // *La muséologie des sciences et ses publics. Regards croisés sur la Grande Galerie de l'Evolution du Muséum national d'histoire naturelle*. Ed. by J. Eidelmann, M. Praët van. Paris, 2000. P. 199-215.

¹³ *Waidacher F.* Handbuch der allgemeinen Museologie. Wien, 1993. S. 166.

¹⁴ *Falk J. H., Dierking L. D.* Learning from museums. Visitor experiences and the making of meaning. Walnut Creek, 2000. P. 87.

¹⁵ *Treinen H.* Das moderne Museum als Massenmedium // *Vom Präsentieren zum Vermitteln. Fachtagung. Leipzig*, 1993. Hrsg. von H.-J. Klein. Karlsruhe, 1994. S. 31 (Karlsruher Schriften zur Besucherforschung. Bd. 5); *Lepénies A.* Wissen vermitteln im Museum. Köln, 2003. (Schriften des Deutschen Hygiene Museums Desden. Bd. 1).

¹⁶ *Eco U.* Einführung in die Semiotik. S. 142.

средствами экспозиции, или остаться свободным и избежать догматических призывов, сообщающих о смысле объектов, сопологаемых в этом ансамбле»¹⁷.

Свобода посетителя выбирать в любой экспозиции свой собственный путь, следовательно, предполагает и его возможное сопротивление экспозиции. Оно, однако, не так уж легко достижимо: «Очевидно, что посетитель может сопротивляться этим манипуляциям. Он должен проявить энергию и показать, что уже обладает собственной эталонной моделью, совокупностью имеющихся у него ценностей, которые и делают возможным собственное прочтение и собственную оценку того, что перед ним находится. Другими словами, он должен быть компетентен и уверен в собственных ценностях»¹⁸. Интеллектуальная свобода посетителя основывается также и на том, что в случае с экспозицией мы по существу имеем дело не с объектами, а с субъективными утверждениями относительно объектов или обстоятельств (приписываемыми им ценностями), даже, если на первый взгляд дело и обстоит иначе. М. Море очень точно описывает те изменения, которые происходят с посетителем, когда он входит «внутри», оставляя пространство «снаружи», переходит из «жизни» в музей: «Посетитель поднимается по ступенькам и проходит через входную дверь, он перешагивает порог, минует приемное отделение и направляется к экспозиции, где и находится сцена. Посетитель оставляет за собой профанную повседневную жизнь и входит в замкнутый и священный мир странного смысла, где обычные правила больше не действуют. То, что здесь можно увидеть, то, что здесь говорится и совершается, не следует понимать буквально, скорее оно подчиняется внутренней логике музея: "Это музей, а не реальный мир"»¹⁹.

Э. Верон и М. Левассье предлагают собственную формулу (теряющую в переводе игру слов французского оригинала): «Так как экспонировать всегда означает предлагать, то, посетить экспозицию значит придти к согласию, значит комбинировать и приспособлять. Придти к согласию с определенным смыслом, договориться о нем. Посетить экспозицию значит договариваться о своем отношении к тому, что на ней представлено (и, следовательно, по необходимости договариваться с тем, кто это представил). Последний, так или иначе, является институциональным глашатаем культуры, при посредничестве экспозиции именно с его отношением к знанию посетитель и должен договориться»²⁰. В этой связи Ш. Эннис описывает весьма характерный для музеев соблазн: «Магия, которая делает музеи столь привлекательными, вероятно, основывается на той свободе, с которой каждый может создавать здесь свои собственные пространства. Музеи – гораздо больше, чем всего лишь сумма этикеток или план экспозиций; как и предметы, в них представленные, они не имеют собственного смысла (т.к. у них, конечно же, есть смысл, который вложили в них создатели, в данном случае, я имею в виду, что у музеев нет смысла, который был бы совершенно однозначен для восприятия посетителей), но, скорее, принимают и отражают те смыслы, которыми их наделяют»²¹.

Следовательно, с самого начала следует уделять гораздо большее внимание тому факту, что посетитель является интегральной частью экспозиции, которая – как открытая

¹⁷ *Letocha L.* L'exposition est-elle un langage? // *Muséo-sédution, muséo-réflexion.* Ed. by A. Viel, C. Guise de Québec, 1992. P. 37 и далее.

¹⁸ *Hammad M.* Lecture sémiotique d'un musée // *Museum.* 1987. Vol. 154. P. 60.

¹⁹ *Maure M.* The exhibition as theatre – On the staging of museum objects // *Nordisk museologi.* 1995. № 2. P. 165.

²⁰ *Véron E., Lévassieur M.* Ethnographie de l'exposition. Paris, 1991. P. 28

²¹ *Annis Sh.* Le musée, scène de l'action symbolique // *Museum.* 1986. № 151. P. 171.

система – если можно так выразиться, с каждым новым посещением создается заново; коммуникация запускается именно посещением экспозиции, значит, необходимо учитывать и это обстоятельство. До того экспозиция является лишь потенциальной возможностью. Этот феномен перекликается с особенностями отношений человека и вещи. Как формулирует это Х. Т. Грюттер: «Посетитель не только расшифровывает намеренное сообщение создателей экспозиции, он еще и накладывает на него собственные коннотации и ассоциации; он всегда создает что-то новое, свой собственный «воображаемый мир»²². Таким образом, посетитель экспозиции оказывается не только реципиентом, но и творцом вечно нового смысла»²³. Это происходит, потому что перцепция – осуществляемая посредством знаков – одновременно является и созданием смыслов. Э. Фишер-Лихте пишет по этому поводу: «Так как смысл объекта зависит от перцепции, объект и становится знаком: сам по себе факт существования еще не имеет значения. Для того чтобы человек наделил его смыслом, объект должен стать для него знаком. Ведь только как знак, указывающий на что-то вне его самого, он и может получить смысл»²⁴.

Посетители определенно получают (учебные) дивиденды от посещения экспозиции. Однако делают это совершенно особым образом, сообразно с весьма специфическим контекстом музея. Прежде всего, потому что учебное послание не может быть понято здесь так же непосредственно, как в дискурсе школьного учителя или же в учебнике (редкое исключение – особые дидактические экспозиции). То, что посетитель видит, т.е. экспонаты, приводит в действие бесконечно более личные коннотации, которые могут частично или даже полностью отличаться от задуманного создателями экспозиции послания. Более того – как и в случае с любым обучением – особую роль здесь играет последующий процесс осмысления и обсуждения полученного опыта в персональном контексте. Вполне возможно, что «правильное» послание будет получено через значительное время после посещения экспозиции.

Ограниченная и одномерная система обучения «отправитель – послание – получатель», следовательно, едва ли может здесь сработать, т.к. совершенно не учитывает обратной связи и корректив, а кроме того здесь, в отличие от школы, нет практически никаких механизмов проверки. Гораздо большее значение, чем в других процессах обучения, здесь приобретают персональный, социокультурный и физический контексты, то, что Д. Фальк и Л. Диркинг называют «контекстуальной моделью обучения»²⁵.

Суммируя все вышесказанное, отметим, что посетитель, который (так же как и сами вещи) является объектом изменений, никогда не переживает в пространстве экспозиции заданные ему обстоятельства напрямую. Именно поэтому интерпретации и ценности всегда оказываются неразрывно связанными друг с другом. Только присутствие посетителя приводит в действие коммуникацию экспозиции; в этом смысле каждый посетитель всегда создает любую экспозицию заново и по-своему.

Перевод с английского В. Г. Ананьева

²² Heinisch S. Ausstellungen als Institutionen (post-) historischer Erfahrung // *Zeitgeschichte*. 1987. Bd. 15. S. 342.

²³ Grütter H. T. Geschichte sehen lernen. Zur Präsentation und Rezeption historischer Ausstellungen // *Kult und Kultur des Ausstellens*. Hrsg. von M. Erber-Groiss et al. Wien, 1992. S. 183.

²⁴ Fischer-Lichte E. Bedeutung. Probleme einer semiotischen Hermeneutik. München, 1979. S. 11.

²⁵ Falk J. H., Dierking L. D. Learning from museums. P. 10.

Информация о статье

Автор: Шерер Мартин – Ph.D., профессор, Швейцария, вице-президент Международного совета музеев (2004 – 2010 гг.), основатель и первый директор музея «Алиментариум» (1985 – 2010 гг.), Вебе, martin.r.schaerer@gmail.com

Заглавие: Зритель в экспозиции.

Абстракт: Статья посвящена анализу семиотических аспектов музейной экспозиции. Автор рассматривает музейного посетителя в качестве интегральной части любой экспозиции. По его мнению, только присутствие посетителя приводит в действие коммуникацию экспозиции; в этом смысле каждый посетитель всегда создает любую экспозицию заново и по-своему. Рассматривая широкий круг историографии по данному вопросу, автор статьи выявляет специфические черты коммуникационного процесса в условиях музейной экспозиции. В каждой экспозиции послание, передаваемое элементами этой экспозиции (и, возможно, сопутствующими средствами), кодируется ее автором. Процесс индивидуального раскодирования происходит в контексте особой ситуативной кодовой системы музея. Она не только вызывает к жизни другие образцы поведения, но также подводит посетителя к тому, что он интерпретирует то, что видит не так, как мог бы сделать это, если бы увидел нечто похожее в другом контексте.

Ключевые слова: коммуникация, музей, посетитель, экспозиция.

Information on article

Author: Martin Schärer – Ph.D., Professor, Swiss, Vice-President of International Council of Museums (2004 – 2010), Founder and First Director of the Museum «Alimentarium» (1985 – 2010), Vevey, martin.r.schaerer@gmail.com

Title: Spectator in Expositions.

Abstract: The article is devoted to the analysis of the semiotic aspects of museum exposition. The author considers the museum visitor as an integral part of any exposition. It is only the presence of the visitor that brings about the exhibition communication; in this sense, every visitor always makes up the exhibition afresh and differently. Considering the wide range of works on this subject, the author identifies the specific features of the communication in a museum exhibition. For every exhibition, a message with exhibition elements (and possibly accompanying media) is encoded by the author. The individual decoding takes place in the context of the specific situational museum code system. This system not only evokes other patterns of behavior but also lets the visitor interpret what he has seen differently than if he were to see something similar in a different context.

Key words: communication, exhibition, museum, visitor.