

УДК 069.5

*И. В. Андреева***ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПОДХОД К ИЗУЧЕНИЮ МУЗЕЙНОЙ ЭКСПОЗИЦИИ
КАК ЭПИСТЕМОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТ**

Проблематика музейной экспозиции в теоретической музеологии на протяжении последних десятилетий имеет стабильно высокий рейтинг, обусловленный, прежде всего, развитием теории музейной коммуникации. Информационная природа музейной коммуникации часто воспринимается как некая самоочевидность. В музеологии используется широкий диапазон трактовок самого понятия информации: от «единой и весьма общей сущности»¹ до интуитивного представления, согласно которому информации тождественны сведения, сообщения, знания. Музейная экспозиция в такой интуитивной трактовке выступает в качестве знаковой формы информации, документального подтверждения, «материального тела», «музейного сообщения». Подобные интерпретации информационной роли экспозиции не способны разрешить множества вопросов, касающихся феномена музейной экспозиции. Обращение к методологии информационного подхода обещает определенные перспективы.

Применение информационного подхода в музеологических исследованиях проявляется в ряде аспектов. Во-первых, это проблемное поле исследования, всегда связанное с «раскрытием специфически неповторимой информационной роли каждого конкретного феномена во всем богатстве его свойств и отношений»². В свете этого положения, сформулированного философом Э. П. Семенюком, предметом информационного изучения музейной экспозиции являются информационные процессы экспозиционной деятельности, их фундаментальные основы и общие закономерности, а также специфика реализации этих процессов в информационной среде музея и, шире, – культуры. Во-вторых, это применение понятийно-терминологического аппарата социальной информатики, формирующее систему производных терминов типа «музейная информация», «музейный информационный процесс». В-третьих, опора на сложившиеся методологические инструменты, в частности, на положения теории информационного взаимодействия, модель информационного процесса и пр. Несмотря на наличие нескольких диссертационных исследований, посвященных музею и выполненным с применением методологии информационного подхода³, создание информационной концепции музейной экспозиции, имеющей целью

¹ См.: *Пшеничная С. В.* Музей как информационно-коммуникационная система: диссертация ... канд. культурологии. СПб., 2000.

² *Семенюк Э. П.* Информационный подход к познанию действительности. Киев, 1988. С. 8.

³ *Гиль А. Ю.* Музей в культуре информационного общества: автореферат диссертации ... канд. культурологии. Томск, 2009; *Заславец Н. Н.* Информационное обеспечение музейной экспозиции: на примере Государственного исторического музея: автореферат диссертации ... канд. культурологии. СПб., 2008; *Пономарев Б. Б.* Музей как коммуникационная система: проблемы поиска гармонизации историко-культурного и информационно-деятельностного компонентов: автореферат диссертации ... канд. культурологии. Краснодар, 2002; *Пшеничная С. В.* Музей как информационно-коммуникационная система; *Сапанжа О. С.* Стратегии коммуникационных процессов современного музея: диссертация ... канд. культурологии. СПб., 2005 и др.

постижение ее генезиса и сущности, «всеобщей природы», а также изучение структуры и свойств смысловых экспозиционных сообщений, закономерностей их создания, движения в социальном времени и пространстве и понимания членами общества, следует признать скорее перспективой, нежели реальностью. Логичным шагом на пути к этой цели является обращение к опыту философской рефлексии и разработки категории информации в качестве мировоззренческого познавательного инструмента, открывающего возможность экстраполяции в сферу музеологического знания. Недавно вышедшая книга петербургского профессора А. В. Соколова «Философия информации»⁴ позволяет использовать логику развертывания автором понятия «информация», как философской универсалии, в качестве методологической матрицы для определения возможностей и границ применимости информационного подхода к анализу такого явления и понятия, как музейная экспозиция. Помимо описательно-объяснительного и практического результатов, полезных для дальнейшего развития экспозиционной практики, такого рода исследование открывает богатые номинативные перспективы, связанные со становлением экспозиционной терминологии, в том числе, самого понятия «экспозиция».

Отправной точкой информационного подхода является разграничение практических реалий и абстрактных теоретических моделей. Иными словами семантическая (смысловая) информация существует как модель содержания экспозиции в сознании проектировщика, экскурсовода, музейного педагога и реципиента, но в самой экспозиции, как материальной реальности, она отсутствует. Корректность информационного подхода обнаруживается в ряде определений музейной экспозиции, оперирующих понятиями «научная концепция», «концептуальный научный и художественный замысел», «художественно-мифологическая модель (картина) определенного исторического процесса (явления, события)», «модель объективного мира»⁵. Сам процесс проектирования, создания экспозиции в таком случае мыслится как информационное моделирование, построение субъективных исследовательских моделей в пространстве музейного изучения темы. На этот момент обращала внимание С. В. Пшеничная, выделившая в структуре информационной системы «Музей» подсистему Моделирования источника информации⁶. Вместе с тем, некорректность информационного подхода, интерпретирующего социальную информацию как реальный объект, который можно создавать, передавать, хранить, автоматизировать широко распространена в музейных исследованиях. Крайней степенью некорректности выступает отождествление музейного предмета со сведениями или данными, объективно отражающими историческое прошлое.

Согласно формулировке А. В. Соколова, природа информации амбивалентна, информация «воплощает единство и взаимообусловленность материальных и идеальных начал, то есть идеального содержания и материального носителя»⁷. Аналогичное суждение встречаем в публикациях Д. И. Дубровского: «Данная информация и данный носитель суть явления *одновременные и однопричинные* <...> (курсив автора. – И. А.) информация

⁴ См.: Соколов А. В. Философия информации: учеб. пособие. Челябинск, 2011.

⁵ Использованы формулировки определений музейной экспозиции, данных М. Е. Каулен (Каулен М. Е. Экспозиция и экспозиционер: конспект лекций. М., 2001. С 5), Т. П. Поляковым (Поляков Т. П. Мифология музейного проектирования или «Как делать музей?»-2. М., 2003. С. 22), А. Д. Тельчаровым (Тельчаров А. Д. Основы музейного дела. М., 2005. С. 146), А. Б. Закс (Музееведение. Музеи исторического профиля. М., 1988. С. 197).

⁶ Пшеничная С. В. Музей как информационно-коммуникационная система. С. 61.

⁷ Соколов А. В. Философия информации. С. 183.

требует смыслового, ценностного, целевого описания, а кодовое воплощение информации – физического описания, и, таким образом, два типа описания, произведенные на языках, не имеющих прямых логических и смысловых связей, объединяются в единой концептуальной структуре»⁸. В формулировке Д. И. Дубровского очевидны характеристики семантической информации, областью бытия которой является социо-гуманитарная сфера. Но положение об отсутствии «прямых логических и смысловых связей» между информацией и знаком, применительно к экспозиционной практике нуждается в корректировке. Подлинно-предметная форма экспоната входит в структуру знака «музейного языка», т.е. первичная и вторичная информации в нем диалектически связаны, что и отличает его от знаков других моделирующих систем.

Амбивалентная сущность информации легко обнаруживается в таком информационном явлении, как музейная экспозиция. Ее смыслы, идеи идеальны, но воплощаются они в материальности архитектурного объема, музейных предметов, вспомогательных материалов, функционально-декоративного оформления, оборудования, т.е. явлениях «одновременных и однопричинных». Обладая вещественной формой, экспозиция имеет идеальное содержание, которое является продуктом сознания, а не атрибутом материи. Удачной метафорой амбивалентности экспозиции может служить ее трактовка в качестве способа трансформации музейных предметов «в духовные ценности и идеалы»⁹.

Онтологическое изучение информации позволяет А. В. Соколову обнаружить различные типы информации в шести искусственных и естественных реальностях – макрокосме, биосфере, микрокосме, социальной, духовной реальности и техносфере. Экспозиция как объект деятельности человека формирует собственные «информационные сегменты» в субъективной, социальной и духовной реальностях. Именно в них экспозиция проявляет свои информационные свойства.

Субъективная реальность (микрокосм, психосфера) – это реальность внутреннего мира человека, его духовной жизни, личностная реальность. В ней происходит творчество смыслов и понимание смыслов, личностные познавательные процессы коммуниканта и коммуникатора. «Семантическую информацию, бытующую в Микрокосме <...> логично рассматривать как *некоторый феномен, сущность которого связана со смыслами* (курсив автора. – И. А.) (знаниями, переживаниями, устремлениями), включенными в сознание субъекта»¹⁰. Генерирование семантической информации и ее обработка, информационная природа экспозиционного творчества и рецепции экспозиции, удовлетворение познавательных и коммуникационных потребностей личности посредством экспозиции – проблематика, которая лежит в плоскости междисциплинарной перспективы музеологии, когнитивной психологии, психологии общения.

Социальная реальность – область бытия социальной коммуникации. Социальная коммуникация, в свою очередь, выступает условием существования социальной реальности. Музей и музейная экспозиция выступают в качестве коммуникационного феномена социальной реальности. Их коммуникационные свойства многократно становились объектом научной рефлексии. Значительное количество концептуальных моделей музея в современной музеологии построено на основе коммуникационного и семиотического

⁸ Информационный подход в междисциплинарной перспективе (материалы «круглого стола») // Вопросы философии. 2010. № 2. С. 86.

⁹ Поляков Т. П. Мифология музейного проектирования или «Как делать музей?»-2. С. 162.

¹⁰ Соколов А. В. Философия информации. С. 289.

подходов. Их исчерпывающий обзор был дан С. В. Пшеничной¹¹, ею же сформулирован общий смысл этих моделей, рассматривающих музейную деятельность «как неразрывный процесс передачи информации, закодированной в музейных предметах-знаках»¹². Структура знака интерпретируется в виде известного семантического треугольника и актуализирует анализ специфики «музейного языка», также имеющий свою почти вековую историю. С. В. Пшеничной обоснована тождественность «музейного» знака денотату в силу «обязательной принадлежности к обозначаемому им объекту реальности». Специфический «музейный знак», как показало ее исследование, «несет одновременно и первичную информацию (самоценность подлинного предмета – фрагмента моделируемой действительности, его «вещность»), и вторичную информацию (знаковость предмета, несомые им, но отличные от него самого культурные значения и смыслы)»¹³.

Как видим, сторонниками коммуникационного подхода категория информации используется довольно часто. Д. А. Равикович даже вводит понятие «музейной информации»¹⁴, (курсив наш. – И. А.) В. П. Арзамасцев называет музейный предмет «носителем специфической информации»¹⁵ (курсив наш. – И. А.), но трактуется информация все в том же позитивистском ключе, «как совокупность сведений о явлениях, фактах, событиях общественной жизни, документированных посредством музейных предметов»¹⁶. Очевидно, и в этом случае имеются в виду идеальные модели в виде знаний, смыслов, эмоций, волевых побуждений, а не сведения как атрибуты музейного предмета или экспозиции. Создание этих идеальных моделей социально детерминировано. С анализом детерминант связаны, на наш взгляд, перспективы информационного изучения экспозиции в социальной реальности.

Духовная реальность – сфера идей. Комплекс социально признанных идей образует основание универсума культуры. Экспозиция, материальная по форме и идеальная по содержанию, может рассматриваться с позиций разных концепций культуры. С точки зрения *социоатрибутивной* концепции экспозиция есть способ репрезентации искусственно созданной «второй природы»: она представляет продукты материального и духовного труда, репрезентирует образ жизни и деятельности человека в различные исторически конкретные периоды, его отношение к природе и самому себе. Всепроникающая роль культуры наглядно реализуется в тематическом репертуаре музейных выставок, для которого практически не осталось «запретных» тем, в практике создания оригинальных музеев (например, одного вещественного источника или объекта нематериального культурного наследия), в политике комплектования коллекций, давно преодолевшей практику аккумуляции редкостей, уникалов, «куриозов» в пользу многообразия, в том числе, и повседневногo материала.

¹¹ Пшеничная С. В. Концептуальная модель музея в современной отечественной музеологии // Музеи России: поиски, исследования, опыт работы. Сборник науч. трудов. СПб., 2007. [Электронный ресурс] – Код доступа: <http://www.isaac.spb.ru/digest/num9/pshen>. (последнее посещение – 19.12.2012 г.).

¹² Там же.

¹³ Пшеничная С. В. «Музейный язык» и феномен музея // В диапазоне гуманитарного знания. Сборник к 80-летию профессора М. С. Кагана. СПб., 2001. [Электронный ресурс] – Код доступа: http://anthropology.ru/ru/texts/pshenichn/kagan_21.html (последнее посещение – 19.12.2012 г.).

¹⁴ Равикович Д. А. Социальные функции и информационная система музея // Теоретические вопросы научно-просветительной работы музеев. М., 1984. С. 8-9.

¹⁵ Арзамасцев В. П. О семантической структуре музейной экспозиции // На пути к музею XXI века. Музееведение. М., 1989. С. 48.

¹⁶ Равикович Д. А. Социальные функции и информационная система музея. С. 8.

Трансцендентная концепция культуры позволяет рассматривать экспозицию как произведение искусства и воплощение относительно свободного творческого Духа. *Антропологическая* концепция культуры находит воплощение в становлении культурно-антропологического подхода к проектированию экспозиции, основанного на сочетании событийного измерения истории и ее обращенности к личности, визуальном представлении структур повседневности, познании человеческой мотивации, реконструкции историко-культурологического контекста. Эти модели экспозиции ориентированы на процессы социализации и индивидуализации посетителя-коммуниканта.

Смысловая концепция культуры позволяет рассматривать экспозицию как воплощение духовных смыслов посредством социальных знаков. А *информационно-семиотическая* – как семиосферу. Не случайно метафора «зала музея» была использована Ю. М. Лотманом в качестве примера семиосферы, где диалог «экскурсоводов и посетителей» с историей культуры осуществляется посредством семиотических моделей¹⁷.

«Информационным сегментом» духовной реальности А. В. Соколов называет «семиогенные “возможные миры”»¹⁸ или реальную виртуальность – выдуманный мир, существенно подобный имевшему или имеющему место в действительности. К таким реально не существующим мирам относится уже состоявшееся историческое прошлое, воссоздание которого в исследованиях историков или в экспозиционных проектах музейщиков носит «виртуальный» (возможный) характер.

Таким образом, три типа реальностей – психическая, социальная и духовная – являются областями бытия семантической информации, выраженной в форме социальных знаков и представляющей амбивалентное идеально-материальное единство. Особым способом фактической реализации семантической информации является музейная экспозиция. В качестве «кванта», микрочастицы информации в ней выступает музейный предмет, а единицы информационного смыслового сообщения – экспозиционный комплекс. На уровне лексем (предметов) содержательный информационный подход не работает. Он оправдывается только на уровне текста – взаимосвязанного объединения экспозиционных блоков в отдельное смысловое высказывание. Изучение структуры и свойств смысловых экспозиционных сообщений, закономерностей их создания, движения в социальном времени и пространстве и понимания членами общества – таков круг задач, входящих в компетенцию информационного подхода к экспозиции.

В терминах *социальной и психологической семантической информации*¹⁹ появляется возможность осмыслить множественность интерпретаций содержания экспозиции реципиентом-коммуникантом. Духовные смыслы автора или коллектива коммуникаторов (субъективная реальность) объективируются посредством системы предметов-знаков в социально-признанные «духовные ценности и идеалы» – социальную информацию (духовная реальность) и становятся объектом социальной коммуникации (социальная

¹⁷ «Представим себе в качестве некоторого единого мира, взятого в синхронном срезе, зал музея, где в разных витринах выставлены экспонаты разных веков, надписи на известных и неизвестных языках, инструкции по дешифровке, составленные методистами пояснительные тексты к выставке, схемы маршрутов и экскурсий и правила поведения посетителей. Поместим в этот зал еще экскурсоводов и посетителей и представим себе все это как единый механизм, мы получим образ семиосферы» (См.: Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. М., 1996. С. 168).

¹⁸ Соколов А. В. Философия информации. С. 278.

¹⁹ Там же. С. 316-317.

реальность). Результатом дешифровки становится психологическая информация, в которой обобществленные духовные смыслы неизбежно искажаются (субъективная реальность), т. к. «духовный смысл – это субъект-объектное отношение, включающее понимание значения объекта, оценку его ценности для субъекта и мотивацию реакции субъекта на данный объект»²⁰. С этим положением перекликаются размышления чешского музеолога Я. Долака, вводящего понимание экспозиции в герменевтический круг: «Автор выставки создает лишь одну половину выставочного проекта, так называемый синтагматический план <...> Однако вторую половину выставки будущий посетитель носит в голове – это так называемый ассоциативный план»²¹.

Кроме того, из вышесказанного следует, что Микрокосм, социосферу и духовную реальность можно рассматривать как метасистемы музейной экспозиции и собственно музея, и на основе принципа изоморфизма исследовать их информационную сущность.

Итоговое определение информации как общенаучной категории А. В. Соколовым сформулировано как «средство выражения смыслов в форме коммуникабельных знаков»²². Поскольку музейное дело осуществляется в реальностях, являющихся сферой бытия *семантической* информации, постольку эвристические перспективы связаны с определением именно семантической информации – «междисциплинарной категории, обозначающей естественные средства выражения духовных смыслов в форме коммуникабельных социальных знаков»²³. Музейная экспозиция обладает всеми ее сущностными свойствами (амбивалентность, вторичность, осмысленность, знаковость, коммуникабельность)²⁴. В бытующих определениях экспозиции они отражаются фрагментарно, т.к. современная практика оперирования понятием ориентирована на конкретные познавательные задачи и не позволяет приблизиться к сути феномена. Тем не менее, в этих трактовках легко обнаруживаются *амбивалентность* (единство идеального содержания – научная концепция, и материального носителя – предметно-пространственная среда), *вторичность* семантической информации («отражает явления исторического процесса»), *осмысленность* (осмысление автором истории через музейные предметы), *знаковость* (предметы-экспонаты как знаковые компоненты), *коммуникабельность* (направлена на «определенное понимание воспринимающим субъектом»). В максимальной степени эти свойства были зафиксированы в определении экспозиции, данном В. П. Арзамасцевым²⁵. В итоге музейная экспозиция оказывается феноменом, функционально и субстанционально подобным памяти, книге, научной информации, что не раз находило отражение в метафорах музея как живой памяти поколений («собор лиц») и образа мира (Н. Ф. Федоров), книги (Ф. И. Шмит)²⁶, воплощенного научного знания.

²⁰ Там же. С. 315.

²¹ Долак Я. Музейная экспозиция – музейная коммуникация // Вопросы музеологии. 2010. № 1. С. 108.

²² Соколов А. В. Философия информации. С. 301.

²³ Там же.

²⁴ Там же. С. 293.

²⁵ «Музейная экспозиция предстает как особая информационная система, отражающая явления исторического процесса через музейные предметы-экспонаты как знаковые компоненты, и строящаяся через их осмысление автором экспозиции в расчете на определенное понимание ее воспринимающим субъектом». См.: Арзамасцев В. П. О семантической структуре музейной экспозиции. С. 48.

²⁶ «Существует очень точная аналогия между музеем и книгой: и музей должен быть книгой, в которой – только не словами, а вещами – излагаются мысли, которые интересны и нужны посетителю,

Философская трактовка информации в контексте музеологического знания открывает перспективы, связанные с выяснением соотношения понятий «музейный предмет», «экспонат» и «документ», что немаловажно для развития документологии. В свете динамичного развития информационно-технологических практик, в том числе и в экспозиционной деятельности, открываются перспективы осмысления роли машинной информации в деятельности музея. Информационный подход в музеологических исследованиях тесно связан с коммуникационным и семиотическим, эти направления исследования осуществляются в системно-культурологическом ключе. Однако дальнейшие исследовательские перспективы требуют расширения методологического инструментария и обращения к когнитивному, герменевтическому и аксиологическому подходам, поскольку философское понятие информации акцентирует проблему смысла.

Информация о статье

Автор: Андреева Ирина Валерьевна – канд. пед. наук, доцент, Россия, Челябинская государственная академия культуры и искусств, andreevairina7@gmail.com

Заглавие: Информационный подход к изучению музейной экспозиции как эпистемологический инструмент.

Абстракт: В статье рассматриваются перспективы изучения музейной экспозиции с позиций информационного подхода в современных разработках в области философии информации. Экспозиция – специфически музейный способ фактической реализации семантической информации, она обладает ее сущностными свойствами – амбивалентностью, вторичностью, осмысленностью, знаковостью, коммуникабельностью. Экспозиция как объект деятельности человека формирует собственные «информационные сегменты» в субъективной, социальной и духовной реальностях. Задачами информационного подхода является изучение структуры и свойств смысловых экспозиционных сообщений, закономерностей их создания, движения в социальном времени и пространстве и понимания членами общества.

Ключевые слова: музей, музеология, музейная экспозиция, методология, информационный подход, семантическая информация.

On article

Author: Andreeva Irina Valerievna – Candidate of Science in Pedagogy, Associate Professor, Russia, Chelyabinsk State Academy of Culture and Arts, andreevairina7@gmail.com

Title: Informational approach to the study of museum exhibition as an epistemological instrument.

Abstract: The article considers special features of the information approach to the study of the Museum exposition. The exposition has all the essential properties of semantic information such as ambivalence, regency effect, symbolism, significance, sociability.

Key words: museum, museology, museum exhibition, methodology, the information approach, the semantic information.

и книга (а особенно, иллюстрированная книга) стремится быть музеем, в котором только не сами вещи показываются, а словами и рисунками дается представление о вещах. Книга тем лучше, чем она нагляднее; музей тем лучше, чем он больше будит мысль. Печатная книга есть суррогат музея или путеводитель по музею – часто: по несуществующему или неосуществимому в подлинной действительности музею». См.: *Шмит Ф. И.* Музейное дело. Вопросы экспозиции. Л., 1929. С. 52.