

РАЗВИТИЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О МУЗЕЙНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Работа представлена кафедрой художественного образования и музейной педагогики.

В статье анализируются этапы формирования представлений о музейной коммуникации, начиная с 1960-х гг., выделяются два основных направления изучения специфики музейных коммуникационных процессов, обосновывается необходимость развития научной теории музееведения – теории музейной коммуникации в системе культурологического подхода, утверждается целесообразность дальнейшего изучения музея как культурно-коммуникативной системы.

Ключевые слова: *музей, музееведение, культура, коммуникация, теория музейной коммуникации, культурно-коммуникативная система.*

DEVELOPMENT OF IDEAS ABOUT MUSEUM COMMUNICATION

Stages of forming of ideas about museum communication starting from the 1960s are analysed in the paper. The author distinguishes the two major directions in studying the specificity of museum communication processes, justifies the necessity of developing a scientific theory of museology – a theory of museum communication in the system of the culturological approach. The expediency of further studying of a museum as a cultural and communicative system is proved.

Key words: museum, museology, culture, communication, theory of museum communication, cultural and communicative system.

Сегодня сложно назвать область гуманитарного знания, не обратившуюся к вопросам коммуникации. Возможность анализировать коммуникацию как феномен культуры определила появление работ, предлагающих освещение проблем межличностного, социального, межкультурного, кросскультурного взаимодействия в культурологической системе координат.

Вполне закономерен поэтому интерес к коммуникационным процессам, общим для сферы культуры, но имеющим свое специфическое преломление в музее. Необходимость изучения музейной коммуникации определяется как возросшим социокультурным значением музея на рубеже XX–XXI вв., так и формированием во второй половине XX столетия науки, призванной постичь многообразный и усложнившийся музейный мир. Этой наукой стало музееведение.

Казалось бы, коммуникативность самой музейной деятельности очевидна и проста – есть посетитель, есть экспонат, взаимодействие которых рождает акт коммуникации. Однако осмысление сути музейной коммуникации, продолжающееся полвека, свидетельствует об обратном – музейная коммуникация многомерна и требует междисциплинарных исследований. Оттолкнувшись от институционального понимания своего предмета, музееведение постепенно расширило его до границ музейности как особого отношения к действительности*. Следовательно, под музейной коммуникацией стало возможно понимать не только процесс взаимодействия, происходящий в музейном пространстве, а

всю совокупность отношений, рождающихся в процессе развития музейности, включающих различные модусы культурной коммуникации.

Несмотря на это, в современном музееведении с коммуникацией традиционно связывают экспозиционно-выставочную работу, через которую реализуется коммуникативная функция музея. Однако осуществление музейной коммуникации через экспозицию становится возможным лишь с формированием музея как социокультурного института, в период же домусейного собирательства не было самой проблемы организации подобной пространственно-предметной среды. Тем не менее, несмотря на отсутствие такого пространства, прообразы современного музея (храмы муз Античности, коллекции эпохи Возрождения и т. д.) выполняли коммуникативную функцию, позволяющую рассматривать домусейные собрания как канал культурной коммуникации. И если музееведение не ограничивает свой предмет изучением музея как социо-культурного института, расширение границ музейной коммуникации представляется вполне логичным**.

Своеобразной реакцией на упрощенные представления о процессах, происходящих в музейном пространстве, стало рождение теории музейной коммуникации, претендующей на построение научной теории музееведения.

В последнее десятилетие внимание к этой теории активизировалось, необходимость расширения проблемного поля при анализе коммуникационных процессов музея осознается все острее. Мысль о необходимо-

сти формирования единой концепции музея, позволяющей рассматривать частные вопросы, опираясь на выработанную модель музея, включающую его основные феноmenoобразующие признаки [3, с. 5], можно назвать отправной для развития культурологических концепций музейной коммуникации. С другой стороны, количественные накопления, сделанные в области изучения отдельных коммуникационных каналов и механизмов музея, требуют их систематизации и перевода на уровень качественного анализа, предполагающего рассмотрение этих каналов и механизмов как структурных фрагментов, образующих единое поле музейной и культурной коммуникации. Стремление музееведения создать собственные научные теории понятно: «каждая научная дисциплина стремится к построению объяснительных теорий, исходные понятия и принципы которой относятся не к реальным вещам и явлениям, а к абстрактным объектам, в совокупности образующим идеализированный объект теории» [5, с. 202–203]. Следует отметить, что теории появляются на достаточно зрелой стадии развития науки, ведь для ее построения необходимо накопить материал об исследуемых объектах и явлениях. Лишь на этой основе становится возможным более глубокое исследование, связанное с выявлением причинных связей и открытием законов в науке [5, с. 202]. Думается, что этот момент для музейной коммуникации настал.

Итак, прежде чем создавать научную теорию, необходимо обобщить накопленный материал, выделить основные группы проблем, требующих научного объяснения, обозначить важнейшие вехи в становлении представлений о сути и специфике коммуникационного взаимодействия в музее, которые определяют векторы построения научной теории музейной коммуникации.

Основные этапы развития теории музейной коммуникации тесно связаны с развитием теории коммуникации как междисциплинарной области. Первые серьезные научные исследования коммуникационных процессов начались в 20–30-х гг. XX в. в рамках теории информации. Точный подход к исследова-

нию информационных процессов был осуществлен Р. Хартли, который в конце 20-х гг. XX столетия предложил ряд идей, вошедших в основные положения теории информации. Начиная с этого времени, в науке выделяются точный и гуманитарный подходы к изучению специфики коммуникационных процессов. Естественно-технический подход оформился в 1940-е гг.; его развитие связано с именами К. Шеннона, Н. Винера, У. Р. Эшби и др. Оформление научно-гуманитарного подхода к проблеме коммуникации также относится к концу 1940-х гг. (К. Ховланд, А. Ламсдейн, Ф. Шеффилд). В начале 1950-х гг. К. Леви-Стросс практически сформулировал идею связи культуры и коммуникации. В то же время М. Маклюен указывал на возможность изучения коммуникации применительно к различным культурным институтам.

В итоге, в 1960-х гг. теория коммуникации из теории информации выделяется в самостоятельную междисциплинарную область. В рамках теории коммуникации исследовались в первую очередь проблемы связанности культуры с типами коммуникации (К. Леви-Стросс), социально значимые системы коммуникации, такие как словесная и изобразительная коммуникации (М. С. Каган), способы, средства и формы передачи культуры (К. Черри), анализировалась структура процесса коммуникации (Р. Якбсон, Ж. Фаже, А. Д. Урсул), изучался феномен массовых коммуникаций (В. Шрамм, А. Моль).

В этот же период проблемы коммуникации включаются в круг музееведения. Впервые концептуальный подход к музею как коммуникативной системе был сформулирован Д. Камероном в 60-х гг. XX в., который выделил базовые компоненты музейного коммуникационного процесса (посетитель, экспозиционер, вещь), на основе которых выстраивается коммуникационная схема взаимодействия субъектов музейного общения. Сама же музейная коммуникация, по мысли Д. Камерона, представляет собой процесс общения посетителя с музейными экспонатами. Эти экспонаты, представляющие артефакты, реальные вещи, способны передать посетителю информацию при наличии

условий, необходимых для осуществления коммуникативного взаимодействия. Первым условием является способность посетителя воспринимать специфический язык вещей, вторым – возможность построения невербальной модели в экспозиционном пространстве, то есть способность создателя этого музейного пространства «переложить» идеи на язык материальных вещей. На основе предложенной модели Д. Камерон сформулировал ряд общих принципов, составляющих основу практической коммуникационной деятельности музея, направленной на центральный компонент схемы музейной коммуникации – посетителя, являющегося адресатом специфической музейной информации. Принципы, обозначенные Д. Камероном, обострили интерес к проблеме коммуникационной специфики музея и явились основой концептуального подхода, рассматривающего процесс музейной коммуникации как процесс интерпретации.

Линия исследований, предложенная Д. Камероном, нашла развитие в работах К. Хадсона, Ю. Ромедера, Г. Осборна, Е. А. Хупер-Гринхилл, анализирующих отдельные составляющие коммуникации, процессы коммуникационного взаимодействия, способы устранения возможных коммуникационных помех. Особое внимание уделялось тем напластованиям информации, которые происходят в процессе специфического музейного моделирования. Так, по мысли Ю. Ромедера, музейная экспозиция, будучи основным средством музейной коммуникации, представляет собой систему смыслов, которые лежат за пределами смысла музейного предмета, являющегося лишь «знаком» [6, с. 8]. Точный выбор приемов построения экспозиции (выбор объектов, контекст, корректность информации) способствует наиболее эффективному контакту с посетителем. Анализируя специфику процесса музейной коммуникации, Е. А. Хупер-Гринхилл [1, с. 69–73] определила адресанта (экспозицию) как генератора информации, а адресата как ее потребителя и активного создателя смыслов. Итог коммуникационного процесса в музее обусловлен «упряжкой коммуникаторов»,

которая определяет область новых, средних значений. Музейное пространство приобретает особый характер в процессе актуализации заложенных в нем смыслов, причем эта коммуникационная специфика музея связана с необходимостью актуализации пространства культуры в целом. Дальнейшее изучение специфики взаимодействия участников коммуникационного процесса определило формирование идеи о возможности и необходимости сознательного влияния на процесс создания области средних значений за счет направленного выбора структурных элементов. Посетитель (как субъект, включенный в культуру) обладает определенным набором культурных кодов, которые он способен использовать для актуализации смыслов, заложенных в музейном пространстве. Эти смыслы образуют массив смыслов, вкладываемых в текст экспозиции посетителем. Сам процесс передачи информации в музее детерминирован не только сигналом и имеющимися в культуре кодами, представленными в экспозиционном пространстве, но и имеющимся у адресата информационным багажом, личным опытом, системой ценностей и т. д. Экспозиция при подобном подходе становится динамичной системой, постоянно продуцирующей и передающей новые смыслы [4, с. 220]. Область взаимного наложения массивов смыслов является областью средних значений. Чем шире область совпадения смыслов, заложенных музейными работниками, и смыслов, сконструированных посетителем, тем более успешной может быть признана коммуникация. Схема, предложенная Е. А. Хупер-Гринхилл, объясняет возможность различного восприятия одной и той же экспозиции разными посетителями. Однако в дальнейшем, при изучении коммуникативной природы экспозиции, предпринимались попытки предложить варианты построения экспозиционного пространства, связанного с сознательным влиянием на выбор направления этих смыслов, которое сопряжено с выбором средств объяснения экспонатов.

Вторая линия разработки проблем коммуникации в музее была связана с определением основных характеристик музееведения

как науки***. Впервые теория музейной коммуникации как блок теоретического музееведения была выделена в работах словацкого музееведа З. Странского, посвященных определению структуры музееведения. З. Странский отмечал, что через коммуникацию реализуются все итоги охранной и музейно-познавательной деятельности. В теории музейной коммуникации он различил демонстрационную, издательскую и общую коммуникацию [8, с. 23–24]. В этот же период попытки определить структуру музееведения предпринимались и другими учеными: В. Хербстом, И. Кореком, И. Неуступным, И. Ян, К. Шрайнером, Т. Силяновски-Новиковой. В концепциях названных авторов не была выделена самостоятельная теория коммуникации, однако, были определены разделы науки, связанные с проблемами музейной коммуникации. Так, И. Ян выделила две проблемные группы теоретического музееведения: музееведческие проблемы познавательно-исследовательского процесса и музееведческие проблемы познавательно-посреднического процесса, связанные с вопросами, получившими в дальнейшем развитие в рамках теории коммуникации. К. Шрайнер, И. Неуступный, И. Корек при определении структуры музееведения выделяли блок, связанный с изучением экспозиционно-выставочной и образовательной работы, ставшей в дальнейшем основным предметом исследования в теории музейной коммуникации [8, с. 24–25]. В отечественном музееведении признание получила концепция З. Странского. Предложенное им понимание структуры музееведения, развитое в последующих работах, позволило рассматривать теорию музейной коммуникации как фундаментальную теорию музееведения.

В СССР коммуникационный подход в музееведении начал разрабатываться с 1970-х гг. М. Б. Гнедовский в работах, посвященных музейной коммуникации, выделил ряд подходов, с позиций которых оказывается возможным изучение музейной коммуникации. *Антропоцентрическим подходом* можно назвать подход, связанный с изучением посетителя (человека) как центрального компонента

схемы коммуникационного взаимодействия; на человека ориентирован весь процесс коммуникации, от реакции человека зависит его успех. *Культурологический подход* основан на изучении знаков и символов, составляющих основу инструментов коммуникации и существующих в поле культурных значений. Субъекты коммуникации выступают в данном случае как представители определенных культурных позиций. *Диалогический подход* предполагает изучение всех основных субъектов коммуникации, демонстрирующих разные культурные позиции и выстраивающих модели диалогового взаимодействия. *Аксиологический подход* связан с анализом ценностного аспекта коммуникации и рассмотрением целей коммуникационной деятельности в качестве ведущих [2, с. 16–18].

Анализируя современное состояние исследований в области музейной коммуникации, Б. А. Столяров выделяет основные модели музейной коммуникации [7, с. 67–68]. *Познавательная модель* изучает экспонат как предмет или содержание общения между посетителем и сотрудником музея. Процесс общения носит монологический или диалогический характер (соответственно, экскурсионная форма работы соответствует монологическому процессу восприятия информации, а различные формы музейно-педагогической работы обращены к диалогическим формам). *Эстетическая модель* рассматривает экспонат как самоценный объект непосредственного общения. Информационная нагрузка становится минимальной, а эстетическое восприятие, напротив, является целью коммуникации. Главным элементом *знаковой модели* становится экспозиция, представляющая совокупность знаков социально-исторического содержания и средство общения с культурой других времен. *Диалоговая модель* рассматривает музей как центр культурной и общественной жизни. Именно диалог, возникающий между различными категориями посетителей, помогает выявить существующие в обществе различные ценностные установки. Общение в подобной коммуникационной модели становится важнейшим направлением деятельности. Музей в рамках

междисциплинарного подхода понимается как институт, решающий комплексные проблемы междисциплинарного характера. Такой подход связан с интенсивным поиском решения комплексных проблем, в рамках которого все перечисленные модели были бы объединены в единую модель коммуникационного взаимодействия. *Информационная модель* предлагает анализировать музей как информационно-коммуникативную систему, развитие которой определяется взаимодействием компонентов, включенных в особое би-системное образование «музей – посетитель».

Представляется, что многообразие работ, посвященных проблемам музейной коммуникации, может быть условно сгруппировано в три блока, в основе которых лежит понимание основных аспектов исследуемого явления. *Целевой блок* включает в себя работы, посвященные изучению целей и смыслов коммуникативной деятельности музея, рассматриваемой чаще всего в контексте современных проблем социокультурного развития и общих положений образовательной парадигмы. *Структурный блок* связан с изучением основных компонентов коммуникационного процесса в музее, созданием общих моделей его осуществления. Третий блок – *функциональный*. В основе этого блока – рассмотрение вопросов реализации специфического коммуникационного процесса музейными средствами. В основном, это работы, посвященные экспозиционной и образовательной практике музея.

Если третья группа работ может быть отнесена к прикладным музееведческим исследованиям, а также исследованиям, сочетающим теоретический, исторический и прикладной компоненты, то работы целевого и структурного блока целесообразно рассматривать как работы по теоретическому музееведению. При всем многообразии работ, посвященных проблемам музейной коммуникации, и высоком интересе к проблеме поле исследования остается открытым. Культурологический подход к проблемам музейной коммуникации не оформлен окончательно, а особый метод в изучении музейных коммуникационных процессов, намеченный в ряде

работ, не приведен в упорядоченную систему. За пределами интересов разработчиков коммуникационных моделей музея остаются многие формы музейной деятельности, обеспечивающие уровни взаимодействия музея и посетителя (хранение, научные исследования, документирование и т. д.) Несмотря на то, что уже с конца 1980-х гг. начался процесс постепенного перехода от информативной модели музея к коммуникативной модели, до сих пор нет работ, анализирующих теоретические основания этого перехода и представляющих единую структурную модель музея как коммуникативного организма.

Представляется, что в соответствии с тенденциями, характерными для гуманитарного знания в целом, основным шагом в развитии научной теории музейной коммуникации должно явиться расширение смыслового поля самого термина. Во-первых, это выход за пределы проблем, связанных с отдельными направлениями музейной деятельности и средствами, усиливающими эффективность этой деятельности (экспозиционной деятельностью, музейно-педагогическими технологиями, аудиовизуальной коммуникацией) и дальнейший анализ проблем музейной коммуникации в контексте культурной коммуникации в целом. Во-вторых, это последовательное расширение представлений в понимании тех направлений, которые реализуют сам коммуникационный процесс в музее. Логика изучения коммуникационной специфики музейного процесса позволяет включить музейную коммуникацию в широкий контекст гуманитарной проблематики и рассматривать ее как часть общего системного целого. Музееведение может использовать методологическую установку культурологии, согласно которой коммуникация рассматривается как системообразующий фактор развития культуры и общества, то есть как важнейшая структурная составляющая, обеспечивающая целостность системы. Музейная коммуникация, в свою очередь, также должна анализироваться как структурная основа, необходимая для жизнеспособности и развития музея.

Очевидно, что спор о коммуникационной специфике музея и путях реализации его

коммуникационного потенциала неотделим от общих теоретических проблем современного музееведения. С другой стороны, практика музейной деятельности, улавливая общие тенденции историко-культурного развития, указывает направление теоретического поиска, определяет сферы практической деятельности, требующие осмысления и анализа. Изучение работ по музейной коммуникации показывает, что расширению проблемного поля исследования мешает противоречие, сложившееся в современном музееведении, связанное с ограничением самого понятия коммуникация, с одной стороны, но введением в научный оборот понятия «музей как коммуникативная система» с другой. Названный системный принцип в понимании музейной коммуникации берется зачастую априорно, как общая предпосылка для дальнейшего анализа отдельного фрагмента музейной коммуникации (экспозиционной деятельности, образовательных технологий, аудиовизуальной коммуникации и т. д.). Однако наличие коммуникации в музейной деятельности не является достаточным основанием для того, чтобы рассматривать музей в качестве коммуникационной системы. Необходимо доказать, что коммуникация не просто присуща музейной деятельности или реализуется в каком-то определенном направлении этой деятельности, но пронизывает все основные направления музейной деятельности, является одним из ее важнейших параметров. Поэтому, если первые шаги в рамках теории коммуникации были связаны собственно с определением базовых компонентов музейного коммуникационного процесса

(причем, речь шла лишь о «внешней» музейной коммуникации, где основными участниками становились зритель, музейное пространство (экспозиция) и создатель этого пространства), то сегодня внимание исследователей должно быть обращено к расширению границ понимания музейной коммуникации, ее структурному анализу. Сформированные точки зрения на проблему музейной коммуникации показали, что необходим переход от описания и анализа частей, составляющих коммуникационный процесс, к структурированию всех основных элементов коммуникации для дальнейшего моделирования целостной структуры их взаимосвязей. Одновременно с ростом публичной роли музеев растет понимание того, что музей, являясь феноменом общественного сознания, вовлекается в более глобальный контекст коммуникации. Появление новых каналов коммуникации, связанное с процессами развития массовых коммуникаций, требует не просто их механического включения в поле музейной коммуникации, но и определения их места как структурных компонентов в рамках коммуникационной системы. Все уровни музейной коммуникации, связанные с обработкой информации, должны быть соединены в единую структуру. Построение структуры, увязывающей в единое контекстуальное поле все коммуникационные потоки в музее, позволит не только определить базовые компоненты музейного коммуникационного процесса, но и расширить представления о музее как феномене культуры. Если подобная структура будет создана, станет возможно говорить о музее как о коммуникативной системе.

ПРИМЕЧАНИЯ

* Сторонники институционального подхода к определению предмета музееведения полагают, что существо предмета науки составляет музей как социальный институт, его общественные функции. В рамках комплексного подхода предмет науки определяется как музейность – специфическое отношение человека к вещественной стороне действительности, проявляющееся в ее сохранении.

** В рамках статьи автор не останавливается на проблемах теоретических оснований музееведения, его междисциплинарных связях и методологических координатах. Подробно этот вопрос освещен в других работах (см.: *Сапанжа О. С. Методология теоретического музееведения*. СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2008). Отметим лишь, что теоретический базис музееведения составляют три теории: теория документирования, теория тезаврирования, теория коммуникации. Теория коммуникации представляет собой фундаментальную теорию музееведения и лежит в основе представлений о на-

КУЛЬТУРОЛОГИЯ

правлениях музейной деятельности, связанных с реализацией информационной связи отправителя и получателя сообщения в музее [9, с. 53].

*** Так, например, выглядит определение К. Шрайдера, синтезировавшего различные точки зрения, звучавшие в дискуссиях: «Музееведение – исторически возникшая общественная дисциплина, изучающая свойства, закономерности, основные законы, структуры и методы комплексного процесса комплектования, хранения, изучения, исследования, экспонирования и коммуникации отобранных движимых, аутентичных исторических предметов природы и общества как первоисточников рационального и эмоционального познания и создающая на основе обобщенного и систематизированного практического опыта теоретические основы музейного дела» [8, с. 8].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Волькович А. Ю.* Модель музейной коммуникации в концепции зарубежных музееведов // Музей в современной культуре: сб. науч. тр. Т. 147. СПб.: СПбГАК, 1997. С. 69–73.
2. *Гнедовский М. Б., Дукельский Ю. В.* Музейная коммуникация как предмет музееведческого исследования // Музейное дело: музей – культура – общество: сб. науч. тр. М., 1992. С. 16–18.
3. *Калугина Т. П.* Художественный музей как феномен культуры. СПб.: Петрополис, 2001. 224 с.
4. Музейное дело России / Под ред. М. Е. Каулен, И. М. Коссовой, А. А. Сундиевой. М.: ВК, 2003. 616 с.
5. *Никифоров А. Л.* Философия науки // Личность. Культура. Общество. Т. VII. Вып. 4 (28). 2005. С. 196–221.
6. *Ромедер Ю.* Методы и средства музейной работы: педагогика обслуживания отдельного посетителя в музее // Музееведение и охрана памятников: научно-реферативный сборник. М., 1980. С. 8–11.
7. *Столяров Б. А.* Музейная педагогика: история, теория, практика. М.: Высшая школа, 2004. 216 с.
8. Общетеоретические вопросы музееведения в научной литературе социалистических стран (музееведение как научная дисциплина). Музейное дело и охрана памятников: обзорная информация. Вып. 1. М., 1984. 41 с.
9. *Шляхтина Л. М.* Основы музейного дела: учеб. пособие. М.: Высшая школа, 2005. 160 с.

SPISOK LITERATURY

1. *Vol'kovich A. Yu.* Model' muzeynoy kommunikatsii v kontseptsii zarubezhnykh muzeyvedov // Muzey v sovremennoy kul'ture: sb. nauch. tr. Tom 147. SPb.: SPbGAK, 1997. S. 69–73.
2. *Gnedovskiy M. B., Dukel'skiy Yu. V.* Muzeynaya kommunikatsiya kak predmet muzeyvedcheskogo issledovaniya // Muzeynoye delo: muzey – kul'tura – obshchestvo. Sb. nauch. tr. M., 1992. S. 16–18.
3. *Kalugina T. P.* Khudozhestvenny muzey kak fenomen kul'tury. SPb.: Petropolis, 2001. 224 s.
4. Muzeynoye delo Rossii / Pod red. M. E. Kaulen, I. M. Kossovoy, A. A. Sundiyevoy. M.: Izdatel'stvo «VK», 2003. 616 s.
5. *Nikiforov A. L.* Filosofiya nauki // Lichnost'. Kul'tura. Obshchestvo. T. VII. Vyp. 4 (28). 2005. S. 196–221.
6. *Romeder Yu.* Metody i sredstva muzeynoy raboty: pedagogika obsluzhivaniya ot del'nogo posetitelya v muzeye // Muzeyvedeniye i okhrana pamyatnikov: nauchno-referativny sbornik. M., 1980. S. 8–11.
7. *Stolyarov B. A.* Muzeynaya pedagogika: istoriya, teoriya, praktika. M.: Vysshaya shkola, 2004. 216 s.
8. Obshcheteoreticheskiye voprosy muzeyvedeniya v nauchnoy literature sotsialisticheskikh stran (muzeyvedeniye kak nauchnaya distsiplina). Muzeynoye delo i okhrana pamyatnikov: obzornaya informatsiya. Vyp. 1. M., 1984. 41 s.
9. *Shlyakhtina L. M.* Osnovy muzeynogo dela: Uchebnoye posobiye. M.: Vysshaya shkola, 2005. 160 s.