

Л. Н. Бакаютова

СУЩНОСТЬ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ МОДЕРНИЗАЦИИ ТЕХНИЧЕСКИХ МУЗЕЕВ (на примере музеев связи)

*Работа представлена кафедрой музееведения и экскурсоведения
Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств.
Научный руководитель – кандидат исторических наук, доцент Е. Н. Мастеница*

В статье рассматриваются основные направления музейной модернизации применительно к развитию особой профильной группы технических музеев – музеев связи, на примере Центрального музея связи имени А. С. Попова. Актуальность темы предопределена необходимостью ее изучения как в научно-теоретическом плане, связанном с трансформациями, происходящими сегодня в музейном деле, так и на практике.

The article tells about the most important ways of museum modernization in respect of the special group of technical museums—museums of communications, based on the example of the A. S. Popov Central Museum of Communications. The theme is relevant because of the necessity of studying it not only from the scientific-theoretical point of view, connected with the modern changes in museum's activity, but also for its practical application.

Музей как социальный институт изменяется медленно, сохраняя традиционные функции и привычные формы работы на протяжении значительных исторических периодов, и традиционно считается достаточно консервативным. Но современная ситуация, приобретая характер императива, все чаще характеризуется как «меняющийся музей в меняющемся мире»¹.

Проведенные в последние годы исследования, в частности диссертационная работа А. В. Калякиной², показали, что разнородность ресурсов и многообразие функций делают отечественные музеи достаточно мобильными и жизнеспособными. Музеи «активно реагируют на социально-политические и экономические изменения, быстро осваивают новый опыт, обладают высокой степенью адаптивности и могут перестраивать свою деятельность на новых основаниях»³.

Изменение экономических условий социального заказа, местных условий и внутренних ресурсов самих музеев на протяжении 1990-х гг., обусловило формирование

новых механизмов адаптации музеев к новым условиям функционирования. Выделенные А. В. Калякиной адаптационные модели (инкорпорационная; интеграционная; ресурсно-мобилизационная; инновационно-презентативная; ревитализационная; стагнационная; модернизационная) связаны напрямую с типами и профилем музеев, их организационной принадлежностью, особенностями интеграции в жизнь местного сообщества и другими факторами музейного развития.

Однако определение модернизации исключительно как одного из способов приспособления музея к изменениям в социально-экономической сфере не представляется однозначно верным. Полагаем, что происходящая в настоящее время социокультурная трансформация чаще всего определяется как «модернизация». С точки зрения социальных наук это – взаимообусловленные общественные процессы и изменения во всех социальных институтах, характеризующиеся в том числе ростом специализации и дифференциации, высокой мобиль-

ностью, ослаблением традиционных ценностей: семьи, религии, морали, ростом индивидуализма и т. д.⁴ Таким образом, модернизация представляет собой совокупность явлений, затрагивающих различные аспекты как общественной, так и частной жизни. Следовательно, и музейная модернизация – это сложный, многоуровневый процесс, затрагивающий не только различные аспекты его деятельности, но и изменяющий саму природу музея и его место в обществе.

Современными исследователями предпринимаются попытки теоретического осмысления музеелогических основ модернизации. Так, наиболее важные ее черты выделяет Е. Н. Мастеница⁵. Опираясь на выдвинутые ею положения и используя их в качестве теоретических оснований исследования музейной модернизации, мы можем утверждать, что процесс музейной модернизации характеризуется следующими признаками:

- Возрастает роль музейной коммуникации как основы музейной теории и практики, переход от «монологической» передачи информации к «диалогу и «полилогу».

- Из института, фиксирующего достигнутый уровень общественного сознания, музей становится явлением культуры, придающим этому сознанию поступательную динамику.

- Интерпретация музейной информации рассматривается прежде всего как творческий акт, что привело к «взрыву» музейно-педагогической активности и возрастанию роли музейного проектирования.

- Образовательная функция становится одной из важнейших, реализуемых музеем, качественно изменяется модель взаимоотношения между музеем и его аудиторией – переход к сотворчеству и сотрудничеству музея (в лице музейного педагога) и посетителя.

- Меняется характер взаимоотношения музея и общества, что проявляется как в создании специальных околмузейных и

внутримузейных структур (клубов, центров, обществ), так и в делегировании части функций по управлению музеями различным ассоциациям, фондам, общественным и частным организациям, создаются общества друзей музея с целью содействия его развитию, устойчивые формы приобретает меценатство и спонсорство.

- Упрочивается межмузейное сотрудничество⁶.

Разделяя точку зрения Е. Н. Мастеницы, мы хотим отметить, что для современных технических музеев особенно важным аспектом модернизации является изменение самого характера музейной коммуникации в новых социально-экономических и что, на наш взгляд более значимо, культурных условиях. Подобные изменения в характере музейной коммуникации отмечались такими отечественными исследователями, как О. В. Беззубова⁷. М. Б. Гнедовский⁸, Е. К. Дмитриева⁹.

Однако текущий процесс музейной модернизации, несомненно, вносит новые изменения в характер музейной коммуникации, теоретическое и практическое осмысление его «норм» и «правил». На наш взгляд, музейная модернизация ведет к тому, что приоритетной становится «диалогическая» модель музейной коммуникации. В ее основе лежат представления о том, что музейная коллекция и ее презентация в форме экспозиции создаются субъектами (индивидуальными или групповыми), которые вкладывают в него определенный смысл, с другой стороны стоит воспринимающий субъект, который также является носителем определенных культурных установок. Если эти установки адресанта и адресата музейной коммуникации близки, то смысл будет адекватно воспринят. Если же культурные установки различны, то коммуникация может быть нарушена, следовательно, необходим **диалог** между субъектами коммуникации для выработки «общего взгляда на вещи». Процесс восприятия посетителем музейной информации рассмат-

ривается как коммуникативный акт или «элементарный акт музейной коммуникации»¹⁰. Необходимо подчеркнуть, что диалогическая модель музейной коммуникации подразумевает, что «общий взгляд на вещи» возникает не «из воздуха». Его материалом становятся уже существующие элементы культуры, как традиционные, так и современные.

Одна из самых интересных попыток интегрировать разнообразные подходы определению сущности музейной коммуникации в ее связи с современной культурой и культурным наследием, была предпринята О. С. Сапанжой, которая подчеркивает, что коммуникационные процессы, осуществляющиеся в музее, многомерны, включают как процессы специфической музейной обработки информации, которая реализуется в ведущих направлениях музейной деятельности (фондовой, экспозиционной, образовательной и т. д.), так и процессы, позволяющие включить музейную коммуникацию в общекультурные коммуникационные процессы, связанные с сохранением и интерпретацией историко-культурного наследия, его включением в диапазон современной культуры. Существование этих каналов позволяет рассматривать музей как культурно-коммуникативную систему, определяемую взаимодействием общекультурной и специфически музейной коммуникации¹¹.

Такой подход к пониманию музейной коммуникации представляется нам наиболее верным применительно к техническим музеям вообще и музеям связи в частности. Их целью в современных условиях является наиболее полное, достоверное и объективное раскрытие социокультурных особенностей феномена «информационного общества». Существование человека в эпоху, когда информация в мире становится главной, возрастает роль музейного, прежде всего экспозиционного проектирования, позволяющего погрузить посетителя музея в информационную среду, а также музейно-педагогической деятельности.

Ведущей тенденцией современной деятельности музеев в области работы с посетителем, по мнению ряда исследователей, является переход от единичных и эпизодических контактов с посетителем к созданию многоступенчатой системы музейного образования, приобщения к музею и его культуре, формированию, конструированию, трансформации музейной среды в зависимости от изменяющихся потребностей человека и общества¹².

Так, модернизация Центрального музея связи в Санкт-Петербурге проводится с учетом основных направлений развития современного музея. На этапе создания концепции музея была определена его миссия. Предназначение музея понимается прежде всего как информационно-просветительское. Центральный музей связи стремится приобщить широкий круг посетителей к «миру связи». Такое приобщение не может быть эффективным без целенаправленного изучения разнообразных сегментов музейной аудитории (школьники; студенты технических вузов; слушатели Академии связи; курсанты военных училищ; студенты вузов Петербурга; отечественные туристы; зарубежные туристы; специальные посетители: VIP гости, делегации Минсвязи РФ, гости телекоммуникационных компаний, гости Общества филателистов Санкт-Петербурга, гости Союза музеев связи Европы; представители научных обществ Санкт-Петербурга и России; представители художественных союзов Санкт-Петербурга, творческого союза музейных работников Санкт-Петербурга; художники; коллекционеры; одиночные посетители и др.).

В рамках деятельности по модернизации музея серьезное внимание уделяется организации клуба друзей музея, участию негосударственных структур в финансировании музея. Особую роль в модернизации Центрального музея связи играет укрепление межмузейных контактов на международном уровне.

В заключение подчеркнем, что происходящий процесс музееведческого осмысления, научного обобщения и глубокого анализа процесса музейной модернизации показал, что сам этот процесс не является простым «внешним приспособлением» музея как социокультурного института к изменяющимся общественно-экономическим условиям. Он гораздо сложнее и многограннее, тесно связан с культурными изменениями, происходящими не только в условиях отдельных стран, но и во всем мире. Изменения эти затрагивают саму природу современного музея, меняя его предназначение в обществе.

Можно утверждать, что одной из важнейших теоретических основ музейной модернизации являются все более настойчивые попытки рассматривать музейную коммуникацию как неотъемлемую и равноправную часть культурной коммуникации, функционирующую по тем же сложным законам. Большую роль играет не только построение на теоретическом уровне, но и введение в практику «диалогической» и, более широко – «полилогической» модели музейной коммуникации, позволяющей строить равноправные, и творческие отношения между музеем и посетителем, а зна-

чит, делая музей привлекательным и ценным для последнего.

Не менее значимым является для практики музейной модернизации и «расширение границ» музейной коммуникации в музее. В рамках этого направления создаются не только экспозиционные и педагогические проекты, что, несомненно, важно. На первый план выходят отношения между музеем и обществом в более широком смысле – организуются объединения по интересам, клубы друзей музеев. Важная роль отводится меценатству, спонсорству, новым, рыночным формам организации деятельности музея. Особым компонентом становятся и коммуникационные связи музея с различными общественно значимыми лицами и организациями, что, несомненно, повышает статус музея. Важную роль в модернизации играет и упрочение межмузейных связей на городском, национальном и международном уровне, позволяющее прежде всего обмениваться новой информацией, свежими идеями, дающими возможность формировать новый имидж музея.

Понимание принципов, лежащих в основе музейной модернизации, позволяет, на наш взгляд, наиболее эффективно проводить как экспозиционную, так и организационную модернизацию технических музеев.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ Российская музейная энциклопедия: В 2 т. М., 2001. Т. 2. С. 7.

² *Калякина А. В.* Адаптация российских музеев к новым социально-экономическим условиям. 1990-е годы (на материалах группы ленинских музеев): Автореф. дисс. ... канд. ист. наук. М., 2003. С. 3.

³ Там же. С. 25.

⁴ Современный словарь по общественным наукам / Под общ. ред. О. Г. Данильяна, Н. И. Панова. М., 2005. С. 274.

⁵ *Мастеница Е. Н.* Новые тенденции в развитии музея и музейной деятельности // Триумф музея? СПб., 2005. С. 138–145; То же: <http://museum.philosophy.pu.ru/index.php?query=conf2005/>

⁶ Там же. С. 141–143.

⁷ *Беззубова О. В.* Теория музейной коммуникации как модель современного образовательного процесса // Коммуникация и образование: Сборник статей / Под ред. С. И. Дудника. СПб., 2004. С. 421.

⁸ *Гнедовский М. Б.* Современные тенденции развития музейной коммуникации // Музееведение: Проблемы культурной коммуникации в музейной деятельности: Сборник научных трудов Научно-исследовательского института культуры. М., 1989. С. 27.

⁹ *Дмитриева Е. К.* Музей – культура – общество: Обзор материалов проектного семинара-игры // Музей и образование. Сер. Музейное дело и охрана памятников: Обзорная информация. Вып. 5. М., 1989. С. 10.

¹⁰ *Гнедовский М. Б., Колчанов В. М., Суринов В. М.* О направлении разработки программы му-

зееведческих исследований // Музей и современная социокультурная ситуация. Обзорная информация. Сер. Музейное дело и охрана памятников. Вып. 2. М., 1989. С. 48.

¹¹ *Сапанжа О. С.* Стратегии коммуникационных процессов в контексте модернизации музейной деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://museum.philosophy.ru/index.php?query=conf2005/Sapanzha>

¹² Музейная педагогика за рубежом: Работа музеев с детской аудиторией: Учеб. пособие. М., 1997. С. 38–39; *Юхневич М. Ю.* Я поведу тебя в музей: Учеб. пособие по музейной педагогике. М., 2001. С. 141–142; *Шляхтина Л. Н., Мастеница Е. Н. Герасименко Е. С.* Музейная педагогика: Учеб. пособие. СПб., 2000.