

МУЗЕЙНЫЙ ТЕКСТ И ПРОБЛЕМА ЕГО ИНТЕРПРЕТАЦИИ ПОСЕТИТЕЛЯМИ МУЗЕЯ

*Работа представлена кафедрой детской литературы.
Научный руководитель – кандидат педагогических наук, доцент Т. В. Рыжкова*

В статье поднимается вопрос о взаимодействии посетителя и музейной экспозиции. Музейная коммуникация определяется как многоуровневая деятельность по прочтению, интерпретации и созданию собственных текстов, закрепляется значимость личностных установок посетителя.

Ключевые слова: музей, музейная коммуникация, текст, интерпретация.

The article raises the question of how a visitor interacts with museum environment. Communications that occur in the museum are studied in the article as multi-stage activities which include reading, interpretation and generation of personal texts, individual perceptions and attitudes by the visitor.

Key words: museum, museum communications, text, interpretation.

Проблема взаимодействия посетителя и музейной экспозиции традиционно находится в центре внимания музееведов. Это легко объяснимо: теоретическое исследование могло бы подсказать причину разночтений музейных экспонатов, объяснить многовариантность результатов общения посетителя и музейного предмета. Поняв, как протекает этот процесс и в чем его суть, можно просчитать и сознательно работать над увеличением эффективности посещения музея. Хотя попытки ответить на поставленные вопросы предпринимаются уже давно, на наш взгляд, до сих пор не выдвинуто концепции, которая смогла бы дать удовлетворительные комментарии заявленным задачам. В настоящей статье предлагается иной взгляд на процесс, происходящий в музее, отличный от традиционного и призванный дать недостающие ответы.

Традиционно процесс, происходящий в музее, принято рассматривать с позиций теории музейной коммуникации. Эта теория была предложена канадским музееведом Д. Камероном. Она описывает взаимодействие музея и посетителя как информационный процесс между музейным работ-

ником, выступающим в роли передатчика, поскольку именно его замысел лежит в основе конкретной экспозиции, и посетителем, занимающим место приемника. В этом случае музейный предмет рассматривается как посредник. Данная теория упорядочила представление о коммуникационном процессе в музее и обратила пристальное внимание музееведов на посетителя, который оказался важным элементом приведенной выше схемы.

Теория музейной коммуникации оказала мощное влияние на развитие музееведения, но в ходе ее осмысления появились веские критические замечания, поставившие под угрозу стройность концепции. Например, Е. Хупер-Гринхилл справедливо обвинила представленный процесс в однолинейности¹. Позиция посетителя в представленной схеме предельно пассивна, в то время как восприятие информации является активной деятельностью.

Советский музеевед М. Б. Гнедовский, уделявший самое пристальное внимание теории общения музея с посетителем, выделил структурную единицу этого процесса – акт музейной коммуникации. Соглас-

но его мнению, акт музейной коммуникации может считаться успешным в случае, когда ценностные установки субъектов близки². Недостаточный фонд предварительных знаний и фонд знаков посетителя, т. е. то, что составляет его информационный тезаурус, становится источником семантических помех на пути прохождения информации, что может привести к частичному или полному непониманию или неприятию ее содержания.

Согласно классической схеме теории музейной коммуникации общение в музее происходит между человеком, пришедшим в музей, и человеком, создавшим музей (выставку, экспозицию). Однако не все теоретики и практики музейного дела были с этим согласны: например, директор Римско-германского музея в Кельне доктор Х. Хелленкемпер уверял, что музей является местом, где происходит «сугубо индивидуальное “общение” посетителя с теми, кто создал, владел или пользовался выставленными предметами»³. В тон ему звучало мнение Е. К. Дмитриевой, указывавшей, что в мемориальном музее посетитель общается с меморируемой личностью⁴. А известный чешский музеевед З. Странский заявлял о том, что собеседником посетителя в музее является произведение искусства или, другими словами, музейный предмет⁵. Но в теории музейной коммуникации музейный предмет – это посредник, средство общения, он помогает осуществлять замысел музейному сотруднику, при этом реализация предметом иного собственного смысла не предусматривается.

Итак, на наш взгляд, теория музейной коммуникации пока не в силах разрешить всех обозначенных противоречий. Логичным кажется в данной ситуации поиск иного подхода к объяснению процесса взаимодействия музея и посетителя.

Отчасти причина приведенных выше разногласий кроется в одном из существеннейших свойств музейного предмета – информативности. Это свойство характеризу-

ет «содержательную сторону музейного предмета, его способность выступать в качестве источника сведений об исторических событиях, культурных, общественных и природных явлениях и процессах»⁶. В теории музейной коммуникации данное свойство служит объяснением вспомогательной функции музейного предмета, а его субъективный характер остается в тени. Но музейный предмет несет информацию о себе, т. е. о своих свойствах и функциях, и служит намеком на иное содержание, в контексте которого он существовал.

Многозначность музейного предмета позволяет рассматривать его как некий культурно-исторический знак. Признание знаковости за музейным предметом, в свою очередь, дает возможность, на наш взгляд, взглянуть и на экспозицию музея с иной, семиотической, точки зрения. Наполненное предметами пространство предстает в виде совокупности знаков и, следовательно, представляет собой сложную семиотическую систему, некий культурно-исторический микрокосм, или, другими словами, текст. Такое представление об экспозиции не противоречит определению текста, которое приводит А. Брудный: «Текст – это адресованная, компактная и воспроизводимая последовательность знаков, развернутая по стреле времени, связно передающая некоторое содержание и обладающая смыслом, в принципе, доступном пониманию»⁷. И в трудах музейных исследователей и культурологов этот термин встречается нередко: об экспозиции как о тексте говорят А. Б. Закс, З. А. Бонами, А. С. Кузьмин, Е. Е. Кузьмина, А. П. Валицкая и др.

Компактность, воспроизводимость, понятность, адресность – все эти свойства экспозиции-текста проявляются благодаря воле автора – коллектива музейных работников. Но как бы тщательно ни была продумана научная концепция, проведен отбор необходимых предметов, вероятность получения в результате иного, «неверного», текста все же велика. Любой конкретный про-

ект использует далеко не весь информационный потенциал памятника. Незадействованный пласт информации дает возможность увидеть незапланированные связи между объектами экспозиции, выявить параллели, дополнительные, а иногда не совсем подходящие для реализуемого проекта.

Теория музейной коммуникации не предусматривает объяснения этому явлению. Но с точки зрения семиотики ситуация, в которой каждый элемент текста проявляет свое значение несколько вне основного текста, является понятной и правильной. «Текст, – говорит Р. Барт, – соткан из цитат, отсылающих к тысячам культурных источников»⁸. Эта особенность текста-экспозиции позволяет создавать различные интерпретации, читать его не сначала и не до конца.

Еще одна причина, по которой теория музейной коммуникации не может служить универсальной методологической основой изучения процессов, происходящих в музее, заключается в непропорциональности распределения участия в коммуникации между субъектом, стоящим за собранием предметов, и субъектом, воспринимающим это собрание. На самом деле позиция посетителя-читателя, безусловно, не менее активна, чем автора экспозиции текста, ведь чтение – это деятельность по наделению смыслами знаков, из которых состоит текст, другими словами, написание собственного текста. «Текст требует от читателя деятельного сотрудничества»⁹, – писал Р. Барт. Несомненно, что читатель, читающий текст, видит в нем не совсем или не только то, что хотел сказать автор. Читатель пропускает информацию через собственные знания, опыт, память, ощущения. Один и тот же предмет, символ, могут изначально иметь разнополюсные значения у автора и адресата, и потому читатель не найдет авторского смысла в некоем элементе, но придаст ему свой. А значит, и музейный посетитель отчасти творит свой музей.

Итак, экспозиция представляется даже не одним текстом, а множеством разных текстов: авторским, собственно предметным, зрительским. При этом эти различные

тексты не существуют отдельно друг от друга, они разбивают и дополняют друг друга, т. е. находятся в постоянном взаимодействии, ведут диалог. В этом случае мы можем констатировать, что в музее на экспозиции разворачивается подлинная интертекстуальность¹⁰.

Ситуация интертекстуальности лишена четко выстроенной структуры субъект – объект. Все тексты в ней находятся в режиме диалога и, следовательно, потенциально равноправны. Взаимодействие в форме диалога предполагает не доминирование одной стороны над другой, а выработку некоей общей платформы, которая продуктивно соединяет позиции участников диалога и способствует созданию нового текста – нового для обеих сторон. При этом этапы, составляющие описанный процесс, важны в равной мере, поскольку обновление текстов или создание нового произведения невозможно без установления взаимопонимания, т. е. выработка результата диалога состоится только после того, как стороны поймут друг друга.

Но возможно ли такое понимание при взаимодействии текста-посетителя, текста-предмета, текста-интерпретатора и прочих текстов, действующих в музее? За ответом на данный вопрос можно обратиться к герменевтике. Экстраполяция данной теории на предмет нашего исследования вполне уместна, поскольку еще в XIX в. герменевтика отказалась от узкого понимания предмета своего исследования, т. е. интерпретации только литературного текста, и распространила свое влияние на исследование культуры прошлого вообще. Более того, в современной философской литературе бытует мнение, что устройство человеческого мира, включающего культуры, общение, социальные связи, предельно герменевтично, поскольку оно обладает качествами плюральности, неоднозначности, неомогенности, интерпретативности¹¹.

При этом приверженцы герменевтики обладают оптимистичным взглядом на проблему понимания. Согласно их мнению,

общие точки у людей разных эпох и между различными культурно-историческими текстами всегда найдутся, если только их связывает существование в единой истории, языке, культуре, пусть и на разных этапах из развития. В данной концепции все тексты оказываются участниками одного общего культурно-исторического процесса, и, значит, потенциально возможна возможность понимания существует всегда. Посетитель приходит в музей, обладая предчувствием смысла, вступает в контакт с экспозицией с позиции предпонимания. И единственным по-настоящему важным условием понимающего взаимодействия является открытость мнению другого, толерантность мышления.

Социальный информационный процесс в музее включает в себя такие важные компоненты, как социальные и личностно-индивидуальные фильтры. Они воздействуют на возникновение, прохождение, принятие информации, т. е. присутствуют на всех уровнях музейной коммуникации. Эти фильтры играют роль не только направляющих, но и преград для полноценной передачи или восприятия информации.

Герменевты также не отрицают важность предрассудков и общественного мнения для ситуации понимания. Понятие «предрассудок», или предвзвешенность, не несет в себе отрицательного смысла, это не более чем некоторое суждение человека, не подвергнувшееся проверке фактами. Это один из важнейших факторов, довлеющих над человеком при распознавании культурного текста. Предрассудки всегда обусловлены исторической традицией, пониманием мира, исторически нам переданного. Индивид постоянно находится внутри предания, оно служит основой для понимания другого, поскольку позволяет соотнести вновь узнанное с тем, что известно, примерить ситуацию на себя.

Таким образом, приступая к процессу изучения текста, читатель-реципиент независимо от своей воли пытается прогнозировать конечный результат понимания, исходя из содержания собственного внутреннего мира. И важно помнить, что попытка

понять другого человека всегда осуществляется с личностных позиций.

Разумеется, такой подход к механизму постижения смысла предполагает неосуществимость объективного полного понимания. Понимание всегда будет носить вероятностный характер. Но согласно О. Бетти, полностью устранить субъективность мысли нельзя, да и незачем. «Чтобы реконструировать чужие мысли, произведения прошлого, чтобы вернуть в настоящую жизненную действительность чужие переживания, нужно соотнести их с собственным “духовным горизонтом”»¹².

Важно отметить, что субъектно-объектные связи тоже не являются типичными для герменевтического взгляда на взаимодействие воспринимающего сознания и текста. Культурно-исторический текст в данном случае не является предметом или объектом процесса познания, равно как и человек, стремящийся познать предмет, не выступает как субъект данного процесса¹³. В этом взаимодействии важен сам процесс понимания: не игроки, но сама игра, по выражению Гадамера.

Семиотический подход к проблеме музейного взаимодействия пока не проработан детально. Но уже сейчас можно говорить о том, что основные проблемные узлы, выступающие в качестве непреодолимых препятствий в теории музейной коммуникации, с семиотической точки зрения являются вполне допустимыми, более того, необходимыми элементами музейного коммуникационного процесса.

Благодаря семиотическому подходу информационный процесс в музее теряет свою линейность. Коммуникация предстает в виде многоуровневой деятельности по созданию собственных текстов всех участников музейного общения, что позволяет объективировать связи посетитель – музейный предмет, посетитель – создатель экспозиции, оставшиеся без объяснения в теории музейной коммуникации.

В свете данной теории посетитель является не просто пассивным приемником информации, но читателем, активно создаю-

щим свой текст вместе с автором. При этом личностные установки читателя-посетителя крайне важны, поскольку они становятся основой понимания текстов других субъектов взаимодействия.

Возможно, именно семиотический подход способен подарить новые идеи развития музееведения, способствовать поиску новых путей исследования процессов взаимодействия музея и посетителя.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ *Hooper-Greenhill E. A. A New Communication Model for Museums // Museum Languages: Objects and Texts. Leicester, 1991. P. 57.*

² *Гнедовский М. Б. Коммуникационный подход в музееведении: теоретические и прикладные аспекты: Дис. на соис. учен. степени канд. ист. наук. М., 1994.*

³ *Качиа Ф. Коммуникация и музеев. Интервью с доктором Хансгердом Хелленкемпером, директором Римско-германского музея в Кельне // Museum.1984. № 141. С. 8.*

⁴ *Дмитриева Е. К. Отражение культурного наследия в экспозиции мемориального музея // Музейное дело и охрана памятников. Обзорная информация. Вып. I. М.: Министерство культуры СССР. Гос. библиотека им. В.И. Ленина, 1988. С. 19.*

⁵ *Странский З. Музей, искусство и перспективы развития человечества // Музейное дело: Музей – Культура – Общество: Сб. науч. тр. Вып. 21. М.: Министерство культуры и туризма РФ. Музей революции. М., 1992. С. 248.*

⁶ *Музееведение. Музеи исторического профиля. М.: Высшая школа, 1988. С. 122.*

⁷ *Брудный А. А. О сознании и тексте // Мысль и текст. Фрунзе: Илим, 1988. С. 3.*

⁸ *Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М.: Издательская группа «Прогресс», «Универс», 1994. С. 388.*

⁹ Там же. С. 421.

¹⁰ *Кристева Ю. Избранные труды: Разрушение поэтики. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 1994. С. 454.*

¹¹ *Быстрицкий Е. К. Личность в мире культуры: философско-онтологический подход: Дис. на соис. учен. степени док. филос. наук. Киев: Институт философии АН Украины, 1992. С. 33.*

¹² *Кузнецов В. Г. Герменевтика и гуманитарное познание. М.: Изд-во МГУ, 1991. С. 70.*

¹³ *Синицына Л. Н. Принципы герменевтики в социологии: Учеб. пособие. Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2003. С. 55.*