



ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ МУЗЕОЛОГІЇ, ПАМ'ЯТКОЗНАВСТВА, ІСТОРИЧНОЇ РЕГІОНАЛІСТИКИ Й ЕТНОЛОГІЇ

УДК 94(477.51)

Леонід ГРІФФЕН
(Київ)

Музей як соціокультурний феномен

Музеї ... були створені для того,
аби допомогти всім зацікавленим краще зрозуміти
себе та своє місце у цьому світі

Вайдахер Ф. Музеологія (Львів, 2005, с. 16)

Психологічно людина як особистість завжди свідомо або підсвідомо відчуває себе в певній системі просторових, часових і соціальних координат. Тільки це дає їй можливість для самої себе визначити: хто я? Така система координат у кожен момент відображує те, що в цьому відношенні складалося в мозку людини, в її пам'яті на основі зовнішніх впливів протягом всього життя. Проте пам'ять – річ обмежена і ненадійна. Тому завжди існувало прагнення опертися на певні матеріальні свідчення, що підтверджували б дійсність прийнятих соціально-історичних координат. І кожна людина в тому або іншому вигляді розшукує, створює, збирає та зберігає такі матеріальні свідчення, що є немов би певними мітками траєкторії її руху в просторово-часовому і соціальному континуумах. Ці обставини зумовлюють схильність людини до того, що можна було б назвати збиральництвом.

Інтерес до збиральництва існував з давніх часів. Уже в глибокій давнині люди зберігали те, що вони вважали цінностями, в т.ч. створюючи для цього спеціальні приміщення-сховища. Проте, це були саме сховища, а не музеї у нашому нинішньому розумінні [1]. По-перше, речі в них лише зберігалися, але не демонструвалися. По-друге, що ще важливіше, зберігалися там передусім предмети, що мали для їх власників певну цінність (корисність) самі собою (дорогоцінні метали, прикраси, зброя, твори мистецтва тощо), тобто зберігалися предмети заради них самих (детермінуючись їх утилітарною функцією), а не заради тих минулих культурних

НІЖИНСЬКА
СТАРОВИНА
ВНП.14(17)
КИЇВ
2012

надбань суспільства, які вони втілювали – а отже вони не були пам'ятками історії та культури в сучасному розумінні [2]. Зацікавленість предметами саме як свідками історичних процесів, як пам'ятками культури минулих часів починається в Європі лише з доби середньовіччя, коли предмети, що зберігаються, стають музейними предметами, тобто набувають особливих, специфічних функцій об'єктів культурної спадщини.

Сьогодні відбувається бурхливий розвиток музейної справи. На 70-80-ті роки ХХ ст. припадає початок швидкого зростання кількості відвідувачів музеїв – число відвідань окремого музею може становити сотні тисяч або й мільйон. Зростає й кількість музеїв. Міжнародна рада музеїв (ICOM) в 1973 р. повідомила, що у всьому світі нараховувалося майже 20000 музеїв, де працювало більше 100000 осіб; за кожні 5 років кількість музеїв зростає на 10 %, і до середини ХХІ ст. їхня кількість ймовірно сягне 50000. Всі ці процеси вимагають теоретичного осмислення.

Концептуальне уявлення про музеї безпосередньо пов'язане з розвитком науки та суспільства в цілому. Спочатку творці музею, спираючись на попередній досвід музеєзнавства, будували музеї, удосконалюючи їх методом «спроб і помилок», «закріплюючи» вдалі варіанти у своїх уявленнях про сутність музею (XVIII ст. – початок ХІХ ст.) [3].

Наступним етапом стало цілеспрямоване конструювання, коли конкретні музеї створювалися на основі попередньо складених концепцій, що відбивали уявлення організаторів про музей (середина – друга половина ХІХ ст.). Формування наукового підходу до музеєзнавства здійснювалося впродовж кількох століть, і особливо інтенсивно починаючи з останньої чверті ХІХ ст. Для музеїв характерним стає те, що вони, як скарбниці «колективної пам'яті» людства, володіють унікальною інформацією культурного значення, яка міститься в матеріальних пам'ятках минулої та сучасної епох. Пануючого положення набуває усвідомлення того, що музей – це не просто кунсткамера дивовижних рідкостей, але й зв'язок поколінь, спадкоємність культури, осередок історії, квінтесенція народного досвіду; загалом – дивовижний витвір людського інтелекту, скарбниця великих надбань матеріальної і духовної культури народів. Самим існуванням музею покликаний допомагати осмислювати сучасне через минуле, впливати на розум і серце людини [4].

Наприкінці ХІХ – на початку ХХ ст. були закладені основи музейної діяльності й розроблені наукові методи практичної роботи музеїв. Поступово музеєзнавство все більше розглядається або як самостійна наукова дисципліна, або як система пов'язаних з музеєм дисциплін, що вивчають питання збору, зберігання, систематизації, вивчення та популяризації колекцій. Одночасно для музеєзнавців особливо важливим стає філософське осмислення музею як специфічного об'єкту культурного простору, коли весь накопичений музейною думкою та музейною практикою матеріал став основою для вироблення узагальнюючої концептуальної моделі. В цей період на перший план виходять питання місця і функцій музею в культурі.

У зв'язку з цим постає питання про визначення основної соціальної ролі музею. Цьому питанню сьогодні приділяється найпильніша увага. Взагалі останнім часом з'явилася тенденція розділяти сучасні концепції музею на *структурно-функціональну*, що представляє музей у якості соціального інституту, який виконує в суспільстві ті чи інші функції; та *феноменологічну*, котра визначає його в якості феномена культури

[5]. Останню іноді також поділяють, окремо виділяючи предметний (з наголосом на особливі властивості музейного предмета) і семіотичний (при якому музей розуміється як певна комунікаційна система) підходи [6].

При феноменологічному підході, що останнім часом отримав досить широкий розвиток, музей трактується як певний феномен культури, що має у своїй основі сучасні загальнонаукові принципи теорії комунікації, семіотики, теорії інформації та системної методології. Однак, не дивлячись на його відносну новизну, феноменологічний підхід з'явився ще наприкінці XIX – на початку XX ст. Зокрема, російський філософ М.Ф. Федоров у межах своєї «теорії загальної справи» вважав, що як певний феномен культури «музей – об'єднання науки (знання), моральності (почуття) й мистецтва (краси) для загальної загальнолюдської справи» [7]. Сьогодні ж багатьох дослідників феноменологічний підхід приваблює тим, що в його руслі застосовуються новітні наукові досягнення, зокрема ті, що пов'язані з теоріями комунікації (теорією інформації, семіотикою тощо).

Прихильники цього напрямку розглядають музейну експозицію як засіб комунікації між її творцями та відвідувачами. І той, і інший суб'єкти є носіями певних культурних установок, а зв'язок між ними встановлюється за допомогою музейних предметів – артефактів, що вилучені з середовища свого побутування й наділяються певним ціннісним значенням. Отже, в контексті комунікаційного підходу музей трактується як специфічна комунікативна система, яка за допомогою експозиції, через музейні предмети (експонати) як знакові компоненти, передає специфічну соціокультурну інформацію про процеси чи явища, необхідність якої визначається суспільними потребами людини. На думку таких дослідників своєрідність даної комунікативної системи полягає в тому, що передана споживачу інформація закодована «у формі самих речових, предметних частин досліджуваного процесу або явища» [8]. Отже, носієм специфічної музейної інформації, яка може бути визначена як сукупність відомостей про явища, факти, події суспільного життя, документованих за допомогою музейних предметів, тут вважається саме музейний предмет, який у контексті даного підходу розглядається як знак – матеріальний об'єкт, якому надано певного значення. Розвиток даного підходу приводить до визначення музею з його специфічною «мовою» як особливої знакової системи, що може розглядатися в рамках семіотики [9].

Уявлення про музеї, що базуються на принципах теорії комунікації, семіотики, теорії інформації та системної методології, дають можливість по-новому оцінити роль і місце музейного феномену в системі культури, представивши його як своєрідний процес передачі інформації, закодованої в музейних предметах-знаках, використовувати його для аналізу методи таких наук як теорія інформації, семіотика, лінгвістика тощо.

Не заперечуючи істотного значення феноменологічної концепції, вважаємо, що та концепція, яку визначають як структурно-функціональну, точніше відбиває суть справи. Структурно-функціональний підхід до побудови концепції музею історично більш ранній із вищевказаних. Ще в першій чверті XIX ст. створення нових музеїв базувалося на структурно-функціональному аналізі вже існуючих музейних установ. Видається, що дана концепція ближча до розуміння соціальної ролі музею, в той час як його комунікаційні функції, включаючи й використання особливих властивостей музейних предметів, насамперед служать виконанню соціальних функцій музею.

Але сьогодні не існує єдиного розуміння цих функцій. Звичайно, музеєзнавство давно визначило перелік функцій, виконуваних музеями. Різні фахівці по-різному визначають їх набір, однак щодо основних із них особливих розбіжностей не спостерігається. Зазвичай сходяться на тому, що музей виконує низку функцій, серед яких у якості визначальних виділяють науково-дослідницьку, просвітницьку, педагогічну, рекреаційну та деякі інші. Всі ці функції, безумовно, мають місце й дуже суттєві для музею. Проте серед них, усе ж, важливо виділити основну, таку, яка б визначала специфіку музею як особливого соціального інституту, істотно відмінного від інших [10].

Найчастіше в якості такої приймають функцію науково-дослідну [11], що нерідко включає, крім вивчення, також збирання та зберігання музейних предметів. Але все це фактично повторює завдання такої науки (і відповідної їй практичної діяльності) як пам'яткознавство. Інші функції музею також можуть виконуватися (і виконуються, іноді навіть більш успішно) іншими соціальними інститутами. Тому щодо основної функції музею серед фахівців існують значні розбіжності.

Різноманітність підходів до визначення основної соціальної функції музеїв вельми значне і не раз уже служило об'єктом узагальнюючого аналізу. Та зазвичай такий аналіз, при справедливому підкресленні наявності «зерен істини» практично в усіх існуючих визначеннях, як правило, призводить або до безплідних уявлень про поліфункціональність його об'єкта [12] (безплідних, бо таке уявлення – не вирішення задачі, а відхід від неї), або до пропонування ще одного, але вже свого власного, визначення його основної функції.

Усе ж у музейній справі існує те, що не входить до сфери компетенції інших соціальних інститутів. Це – згадана вище комунікаційна функція музею, що спирається на особливий характер музейних предметів. Однак, як зазначалося, при обговоренні цієї тези найчастіше у основу ставиться власне семіотичний аналіз, а питання про те, з якою метою здійснюється комунікація, виявляється поза його рамками. Неявно ж у кінцевому рахунку передбачається здійснення таким специфічним способом просвітницької чи виховної функцій. Коло замикається. Мабуть, все ж слід починати з мети, яка і визначає засоби її досягнення.

Мета ця надзвичайно важлива й специфічна. Як згадувалося вище, психологічно людина як особистість завжди відчуває себе в певній системі просторових, часових і соціальних координат, опираючись при їх визначенні на певні матеріальні об'єкти. Поза такими «реперними точками» простір її існування стає непевним і хистким, викликаючи почуття дискомфорту. Документи, речі, з якими пов'язані важливі події, сувеніри, фотографії й аналогічні об'єкти – все це створює певну матеріальну опору в формуванні зазначених «реперних точок», і, врешті-решт, у визначенні своїх особистих координат (а також траєкторії) у даному просторі. Особливо істотним є сказане вище щодо соціального простору, що має складний і багатовимірний характер, обумовлений складністю та різноманіттям соціальних зв'язків.

Кожна людина завжди тією чи іншою мірою входить до безлічі найрізноманітніших соціальних утворень. І до своєрідних «реперних точок» особистого буття додаються такі, що дозволяють орієнтуватися в соціальному й історичному просторах у якості члена таких об'єднань, виступаючого в тих чи інших соціальних ролях. Зрозуміло, що тут вже неможливо обмежитися особистими реперними точками – соціальна пам'ять вимагає відповідних соціальних інститутів.

Об'єктивно відповідну функцію виконують музеї, вплив яких і сприяє формуванню уявлень людини про своє місце у світі. Що стосується суб'єктивної мети даного впливу, то вона має синтетичний і навіть синкретичний характер – починаючи від задоволення марної цікавості й закінчуючи освоєнням нових знань. Але, знову ж таки, всі ці цілі можуть бути досягнуті також іншими способами окрім музею. Однак є така мета, специфічна саме для музею, якої не можна досягти (в усякому разі в такому ж концентрованому вигляді) жодними іншими способами. Ця мета – специфічна соціалізація індивіда через сприяння йому в підсвідомому (і, звичайно ж, у свідомому також) визначенні своїх соціальних координат, включення себе як особистості в соціум у його найрізноманітніших зв'язках, визначення у відповідності з цим своїх «соціальних ролей» у різних соціальних підсистемах: як представника роду людського в музеях художніх; як учасника певного історичного процесу – в історичних; свого «вмішуючого ландшафту» (Л. Гумільов) у музеях краєзнавчих; етносу – етнографічних, і, нарешті, як творчої особистості – *homo faber* – в науково-технічних [13].

Чому саме музеї повинні виконувати цю роль? Адже соціалізація індивіда здійснюється через дію різноманітних факторів. Існують цілі галузі суспільної діяльності, які спеціально призначені для соціалізації індивіда (педагогіка, мистецтво тощо). Але музей має серйозні переваги, що створюють своєрідний синергетичний ефект – наочність, синкретичність і, головне, достовірність, що досягається використанням у якості музейних предметів автентичних артефактів. Останнє й робить вплив із одного боку цілеспрямованим, а з іншого – прихованим. Використовуючи реальні об'єкти, музей може не «нав'язувати» своє ставлення до певних суспільних явищ безпосередньо, а давати відвідувачеві можливість самому дійти певних висновків. А вже задоволення цікавості й допитливості, атмосфера «храму», естетичний фактор – все це додатково емоційно підсилює вплив, який чиниться наочним представленням інформації у вигляді певним чином цілеспрямовано організованої сукупності реальних предметів – експозиції.

За ролі достовірності інформації в її сприйнятті музей певною мірою схожий на мистецтво [14]. У музеєзнавчій літературі неодноразово мали місце спроби зіставляти музейну справу з мистецтвом. І для цього є вагомі підстави. Мистецтво як соціальне явище спрямоване на забезпечення соціалізації людини, роблячи її елементом різноманітних соціальних утворень і соціуму загалом. Щось схоже має місце щодо музейної справи, оскільки вона так само має на меті соціально-значущий вплив на індивіда. Але їхні соціальні цілі все ж достатньо відмінні. Мистецтво робить нас частиною соціуму, а музей допомагає нам усвідомити себе цією його частиною, і не просто усвідомити, але визначити свої соціально-історичні координати, своє положення в ньому, в т.ч. (чи навіть насамперед) у історичному розрізі. В цьому відношенні соціальна роль, яку виконують музеї, не може виконуватися жодними іншими соціальними інститутами. Їх концептуальне визначення як соціокультурного феномена повинно ґрунтуватися саме на цих підвалинах.

Вивчення музеїв як соціокультурного явища повинно стати основною метою музеєзнавства. Звісно, останнє не може обійтись без досліджень процесів виконання музеями своїх різноманітних функцій з одного боку, і музейних предметів як пам'яток історії та культури – з іншого. Але перше має характер, підпорядкований основному завданню музеїв, а друге, здебільшого, є завданням іншої науки – пам'яткознавства.

В останньому відношенні музеєзнавство, на відміну від пам'яткознавства, цікавлять не стільки пам'ятки самі собою (чи їх певна сукупність, включаючи культурно-історичний контекст), скільки взаємодія між пам'яткою як експонатом (а точніше як складовою частиною, елементом експозиції) і відвідувачем музею. Спрямованість впливу, його інтенсивність, і взагалі оптимізація відповідно до поставленої мети – ефективної взаємодії між пам'ятками як експонатами і тими, хто їх сприймає у складі експозиції – «технічна» мета досліджень у музеєзнавстві. Так що музеєзнавство (чи музеологія) – не «прикладне пам'яткознавство», що вивчає рухомі пам'ятки, а особлива наука зі своїм власним об'єктом і предметом вивчення. У визначенні ICOM це виглядає так: «Музеологія – наука про музеї». Про музеї – як особливі соціокультурні явища, суспільна мета яких – сприяння соціалізації індивіда через визначення ним своїх соціально-історичних координат.

Джерела та література

1. *Кепін Д.* Музеєфікація об'єктів археологічної спадщини в Європі: на прикладі пам'яток первісної культури. – К., 2005. – С. 12.
2. *Шмит Ф.И.* Исторические, этнографические, художественные музеи. Очерк истории и теории музейного дела. – Х., 1919. – С. 3–9.
3. *Пиеничная С.В.* Концептуальная модель музея в современной отечественной музеологии [Електронний ресурс] // Кафедра музейного дела и охраны памятников СПбГУ [веб-сайт]. – [16.11.2012]. – Режим доступу: museum.philosophy.spb.ru/index.php?query=conf2005. – Назва з екрану (16.11.2012).
4. *Нильсон Б., Росен Б.* Екологія людини та культурно-історичні музеї // *Museum*. – 1989. – № 160. – С. 50.
5. *Дерновая А.* Теоретическое осмысление музея: концептуальные модели и социальные функции [Електронний ресурс] // *Sociologist's Warehouse* [веб-сайт]. – [16.11.2012]. – Режим доступу: sociologist.nm.ru/articles/dernovaya_01.htm. – Назва з екрану (16.11.2012); *Пиеничная С.В.* Вказана праця.
6. *Беззубова О.В.* Некоторые аспекты теоретического осмысления музея как феномена культуры // Триумф музея? – СПб., 2005. – С. 6–27.
7. *Ванглова Е.Г.* Динамика социальных функций советских музеев (по материалам экспертного опроса) // *Музееведение. Вопросы теории и методики* : Сб. научн. тр. НИИК. – М., 1987. – С. 32.
8. *Никишин Н.А.* «Язык музея» как универсальная моделирующая система музейной деятельности // *Музееведение. Проблемы культурной коммуникации в музейной деятельности* : Сб. научн. тр. НИИК. – М., 1989. – С. 8–9.
9. *Шрейдер Ю.А.* Семиотика // *Большая Советская Энциклопедия*. – Т. 23. – М., 1976. – С. 236–237.
10. *Пиеничная С.В.* Вказана праця.
11. *Разгон А.М.* Музейный предмет как исторический источник // *Проблемы источниковедения истории СССР и специальных исторических дисциплин*. – М., 1984. – С. 175.
12. *Акулич Е.М.* Музей как социальный институт [Електронний ресурс] // Федеральное государственное бюджетное учреждение науки Институт социологии Российской академии наук [веб-сайт]. – [16.11.2012]. – Режим доступу: www.isras.ru/files/File/Socis/2004-10/akulich.pdf. – Назва з екрану (16.11.2012).
13. *Грифен Л.О., Константинов В.О., Титова О.М.* Вказана праця. – С. 63.
14. *Шола Т.* Предмет и особенности музеологии // *Museum*. – 1987. – № 153. – С. 53.

Грифен Л.О. Музей як соціокультурний феномен

Розглядаються існуючі теоретичні концепції сутності музею як соціокультурного феномену. Пропонується концепція, згідно якої музей є суспільним інститутом для сприяння людині у визначенні її координат у соціально-історичному континуумі.

Ключові слова: музей, теоретична концепція музею, музеєзнавство, музейний предмет, соціалізація індивіда.

Гриффен Л.А. Музей, как социокультурный феномен

Рассматриваются существующие теоретические концепции сущности музея как социокультурного феномена. Предлагается концепция, согласно которой музей является общественным институтом для содействия человеку в определенных его координат в социально-историческом континууме.

Ключевые слова: музей, теоретическая концепция музея, музееведение, музейный предмет, социализация индивида.

Griffen L.O. The museum as a sociocultural phenomenon

Examines existing theoretical concepts essence of the museum as a sociocultural phenomenon. The conception, according to which the museum is a public institution to support a person in some of its coordinates in the socio-historical continuum.

Key words: museum, the theoretical concept of the museum, museology, museum object, the socialization of the individual.

[надійшло до редакції: 17.11.2012 р.]

УДК 069.15:004

Сергей ПОПОВ
(Брянск)

Виртуальная экскурсия как направление развития современного музейного дела

В современном мире музей меняет свою роль, становясь из собрания экспонатов в эффективное средство науки, искусства, образования воспитания общества. Именно факт слияния некоторых разделов педагогики и музееведения стал платформой для создания музейной педагогики.

Использование новых информационных технологий открывает новые перспективы для ее развития. Они связаны с освоением виртуального пространства и формированием, к сожалению пока малоосвоенной виртуальной музейной педагогики. В настоящее время есть 3 основные тенденции развития виртуальных технологий в музейном деле [7]:

1. Виртуальный музей-сайт, оптимизированный для показа музейных экспонатов, виртуальных коллекций, фамильных реликвий. Первые виртуальные музеи, которые появлялись в начале 1990-х гг., представляли собой сайты с информацией о самом музее, информацией о том, как его найти, и как он работает. В дальнейшем на таких страницах стали появляться виртуальные экспозиции. Многие музеи создавали несколько виртуальных экспозиций и объединяли их в виртуальные экскурсии.

Современный виртуальный музей может быть как сайтом реального музея, так и – подобно Музею ГУЛАГа – некой новой виртуальной реальностью. Сферой его деятельности может быть исключительно Интернет, время работы выставок исчисляться годами, количество – зависит только от их наличия, интересных проектов или желаний художников и зрителей.