



ПРЕЗЕНТАЦИЯ НАСЛЕДИЯ ОБЩЕСТВУ И ВОПРОСЫ ПОДДЕРЖАНИЯ ИДЕНТИЧНОСТИ В МУЗЕЙНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

И. В. ЧУВИЛОВА^{1), 2)}

¹⁾ Автономная некоммерческая организация по развитию исследований и проектов
в области культуры и искусства «Новый институт культурологии»,
ул. Васильевская, 13/1, 123056, г. Москва, Россия

²⁾ Государственное бюджетное учреждение культуры Рязанской области
«Информационно-аналитический центр культуры и туризма»,
ул. Грибоедова, 26/6, 390006, г. Рязань, Россия

Рассматриваются актуальные вопросы развития межкультурного взаимодействия через различные формы музейной коммуникации: нарративные практики, исторические реконструкции, мультимедийный формат. Утверждается, что расширение и трансформация понятия «наследие» открывает значительные возможности для работы с культурной памятью и коллективной идентичностью. Показано, что использование различных коммуникативных практик в музее для выражения значимых смыслов позволяет посетителю испытать определенные переживания и чувства, предоставляет возможность участия в процессе неформального общения и образования, способствует развитию доступного для восприятия современного языка и адаптивных технологий.

Ключевые слова: актуализация наследия; музеи; современные коммуникативные практики; контекстуализация музейного пространства.

PRESENTATION OF HERITAGE TO SOCIETY AND ISSUES OF MAINTAINING IDENTITY IN THE MUSEUM SPACE

I. V. CHUVILOVA^{a, b}

^a Autonomous Non-profit Organisation for the Development of Research and Projects
in the Field of Culture and Art «New Institute for Cultural Research»,
13/1 Vasilievskaya Street, Moscow 123056, Russia

^b State Budgetary Institution of Culture of the Ryazan Region
«Information-Analytical Center of Culture and Tourism»,
26/6 Griboedova Street, Ryazan 390006, Russia

The article deals with topical issues of development of intercultural interaction through various forms of museum communication: narrative practices, historical reconstructions, multimedia format. The expansion and transformation of the concept of «heritage» provides significant opportunities for working with cultural memory and collective identity. The use of various communicative practices in the museum to express significant meanings provides the visitor with the

Образец цитирования:

Чувиллова ИВ. Презентация наследия обществу и вопросы поддержания идентичности в музейном пространстве. *Человек в социокультурном измерении*. 2021;2:15–20.

For citation:

Chuvilova IV. Presentation of heritage to society and issues of maintaining identity in the museum space. *Human in the Socio-Cultural Dimension*. 2021;2:15–20. Russian.

Автор:

Ирина Валентиновна Чувиллова – кандидат исторических наук; руководитель исследовательской группы «Российская музейная энциклопедия»¹⁾, заведующий музейным центром²⁾.

Author:

Irina V. Chuvilova, PhD (history); head of the research group «Russian Museum Encyclopedia»^a and head of the museum center^b.
ivl12@yandex.ru
<https://orcid.org/0000-0002-8287-9674>





necessary experiences and feelings, the opportunity to participate in the process of informal communication and education, an accessible and modern language for perception and adaptive technologies.

Keywords: heritage actualisation; museums; modern communication practices; contextualisation of the museum space.

Введение

Вопросы научного обеспечения музейной деятельности в настоящее время связаны главным образом с выведением работы с наследием и обществом на иной качественный уровень. Музеи продолжают разговор на трудные темы и обеспечивают все большую доступность наследия для населения. Приходит понимание того, что речь идет не только о доступности музеев для инвалидов, малообеспеченных граждан, жителей небольших населенных пунктов, отдаленных от культурных центров. Доступность музеев и наследия в целом – это, как отметил директор Государственного Эрмитажа М. Б. Пиотровский, прежде всего создание условий, при которых искусство (культура, наследие) будет понятно. Такое позиционирование музея в обществе способствует поддержанию идентичностей локальных сообществ и осознанию историко-культурного наследия как неотъемлемой части индивидуального бытия.

Все эти процессы так или иначе связаны и с динамикой изменения музейного мира, и с расширением понятия «наследие», и с увеличением числа коммуникативных практик в сфере его презентации обществу и развития межкультурного взаимодействия.

Такое позиционирование музея в современном мире в значительной мере определяет специфику и качество тех решений, которые музеи предлагают своей аудитории для поддержания идентичности. Соответственно, все профильные группы и типы музеев включены в обозначенный процесс, в некоторых из них он протекает наиболее ярко. В первую очередь речь идет о музеях комплексных, которые стремятся представить историко-культурное и природное наследие как единое пространство человеческого бытия. Например, краеведческие музеи начинают более интенсивно работать со средой, а некоторые из них трансформируются в музеи-заповедники, включая в зону своей ответственности окружающее пространство.

Деятельность музеев-заповедников (музеев под открытым небом) характеризуется установкой на тщательное восстановление взаимосвязей, существовавших между элементами среды, возрастающей ролью не только подлинных, но и достоверных ее составляющих (микрорельеф, флора, фауна и т. д.), включением местного населения в музейную деятельность в качестве полноправных партнеров; все большее значение приобретают сохранение и реконструкция традиций, форм деятельности, элементов образа жизни.

Можно сказать, что музеи добиваются игнорируемый ранее аксиологический ресурс, который становится основанием для идентификации сообществ, что, в свою очередь, способствует упрочению коллективной идентичности, сохранению мест памяти и актуализации наследия. В этом главным образом и состоит миссия современного музея.

Контекстуализация как вызов

Необходимость, с одной стороны, отвечать на цивилизационные вызовы, связанные с глобальными социально-экономическим и культурным кризисами, проблемами разрыва межпоколенных связей и профессиональной устойчивости, и, с другой стороны, отстаивать, сохранять традиционные культурные ценности, усиливая роль гуманитарной сферы, – это те задачи, с которыми приходится иметь дело музейному миру сегодня.

На этом фоне мы являемся свидетелями эволюции небольших региональных музеев от музея местного края к музею локальной истории нового типа¹. Именно они расширяют свои функции, включаясь в решение актуальных задач, наполняют свою деятельность новыми смыслами и форматами. *Местные музеи (музеи локальной истории)* сегодня – это часто музеи разных типов и профилей. К ним относятся музеи малых и больших городов, поселений разного уровня, встроенных в хронотоп российской провинции, который характеризуется рядом существенных признаков, не зависящих от размеров территории и численности населения конкретного города или региона. Главное в их деятельности – то, что они выполняют свою миссию по актуализации и комплексному освоению историко-культурного

¹Понятие введено в научный оборот и разрабатывается автором статьи с 2017 г. (см.: Чувилова И. В. От музеев местного края к музеям локальной истории нового типа. (Вместо предисловия) // Новации в музейном мире. На пути к музею локальной истории нового типа : сб. науч. ст. / отв. ред.: И. В. Чувилова, О. Н. Шелегина. Новосибирск, 2017. С. 5–8 ; Чувилова И. В. Музеи локальной истории нового типа: трансформация понятия // Мировые тренды и музейная практика в России : сб. ст. Междунар. научн. конф. (Москва, 30–31 окт. 2018 г.) / отв. ред. А. А. Сундиева. М., 2019. С. 186–194).



и природного наследия, интерпретации материальных и нематериальных объектов исторической памяти и формированию на этой основе локальной идентичности, привлекательного образа территории, необходимого в том числе для экономического и социокультурного развития поселений.

Традиционно непосредственное отношение к формированию и поддержанию идентичности имеют мемориальные музеи: зачастую именно *Личность* становится важным поводом для обсуждения социально значимых вопросов и маркировки локального культурного пространства. Ряд мемориальных домов, комплексов также преодолевают свою замкнутость на персоне, не только рассказывая о локальной истории через *Личность*, но и расширяя, концептуализируя пространство вокруг данного места. Это происходит благодаря использованию не только специфических музейных методов, но и методов культурологического освоения и презентации наследия.

Особо перспективным представляется применение «методов исторической и культурной антропологии в представлении локальной истории города, т. е. истории совокупности людей, объединенных сложными связями – от производственных до бытовых» [1, с. 74]. Попытка рассмотреть местную историю сквозь призму *Личности* может особым образом сфокусировать историческую картинку и маркировать даже непростые для презентации культурные и географические пространства страны.

Соответственно, методологические подходы в рамках новой локальной истории оказывают значительное влияние на концептуальные установки и обоснования существования музеев, а также на все формы музейной деятельности: экспозиционно-выставочную, культурно-образовательную, политику комплектования и т. д. По мнению музейоведа Л. И. Скрипкиной, «краеведение ориентируется на сбор материала, в то время как регионализм – это научное направление, которое предлагает изучение внутренних закономерностей развития региона... Методы новой социальной и культурной истории ориентированы на изучение “истории повседневности”, “микроистории” и позволяют по-новому представить локальную историю в экспозиционно-выставочной деятельности музеев... Региональную историю следует рассматривать и как способ мобилизации исторической памяти, и как инструмент научно-исторического познания, отражающий современное состояние исторической науки» [1, с. 72].

При этом расширение и трансформация понятия «наследие» (выделение из среды новых историко-культурных объектов, музеефикация целостной историко-культурной среды, включение объектов нематериального культурного наследия и т. д.) предоставляет значительные возможности для работы с культурной памятью, коллективной идентичностью.

Например, повышение внимания музеев к нематериальному культурному наследию придает большую гибкость и многогранность деятельности уже существующих музеев и способствует созданию музеев нового типа, средовых музеев, формируя новые пространственные, а также смысловые связи и характеристики. Очевидно, что работа с подлинными объектами нематериального культурного наследия способствует расширению тематики музеев, развитию разнообразных видов культурно-образовательной деятельности, типов экспозиционного показа. Однако при освоении и презентации объектов нематериального культурного наследия мы сталкиваемся с рядом вопросов, которые нуждаются в серьезном методологическом осмыслении. И основное проблемное поле выстраивается сегодня вокруг понятия «традиция» и категории «подлинность».

Вместе с тем, казалось бы, давно осваиваемая и понятная работа с материальным наследием также требует либо переосмысления отдельных научно-методических позиций, либо их корреляции в соответствии с потребностями времени. Примером может служить активное использование разнообразных музейных праздников и реконструкций традиций, обрядов в ущерб объектам и предметам наследия истории и культуры XX в., памятникам науки и техники, письменным источникам, не столь аттрактивным, требующим серьезной подготовительной научно-исследовательской работы. В результате они либо не выставляются в экспозициях, либо, даже будучи представленными посетителю, не становятся фактом актуальной культуры, *работающим доступным* наследием, поскольку градус общественной значимости предметов и объектов занижен, недостаточно выявлен их информационный потенциал.

Поэтому одной из важнейших задач при выстраивании отношений музея и человека, налаживании диалога культур становится *работа с музейным предметом (музейным объектом)*.

Хорошо известно, что памятник (движимый или недвижимый) либо объект нематериального культурного наследия – это тот краеугольный камень, с которого начинаются музей и все направления его деятельности. Еще в 1996 г. в докладе «Наше творческое разнообразие» Всемирной комиссии по культуре и развитию было сказано, что «музеи должны строить свою работу таким образом, чтобы не ограничиваться рамками музейных коллекций, а охватить ею все наследие соответствующей территории, как материальное, так и нематериальное»².

²Наше творческое разнообразие. Доклад Всемирной комиссии по культуре и развитию (Париж, июль 1996 г.) [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gcedclearinghouse.org/sites/default/files/resources/%5BRUS%5D%20Our%20creative%20diversity.pdf> (дата обращения: 10.06.2021).



Соответственно, наследие не может вырываться из контекста – культурного и природного, национального, духовного. Мы все чаще говорим сегодня о *контекстуализации музейного пространства*, когда музейный текст встраивается в многослойное пространство культуры и, корреспондируясь с различными памятниками, генерирует новые знания и переживания. Поэтому все чаще обсуждается круг вопросов, связанных с музейной коммуникацией. Очевидно, что процесс передачи информации, трансляции традиций и ценностных ориентиров требует выверенных высокопрофессиональных подходов и решений со стороны музейных специалистов. Но, как правило, коммуникация затруднена и со стороны музея, и со стороны человека.

По мнению режиссера А. Н. Сокурова, «человек теряет психофизическую способность к восприятию наследия, он визуально не может коммуницировать с музейным пространством, привыкнув к агрессивным культурным образам»³. Аналогичные тенденции отмечают педагоги, фиксируя нарушение гуманитарных связей у современных школьников, которые зачастую не могут взаимодействовать не только с объектами культуры, но и друг с другом⁴.

Музейные решения

Какие же формы взаимодействия с посетителем могут наиболее результативно способствовать достижению цели? Часто речь идет о формировании элементарной музейной грамотности, приобретении навыков взаимодействия с помощью базовых единиц языка музея⁵, пополнении посетителями персональных – визуального и вербального – «словарей».

Сегодня музей, как правило, сосредоточен на ментальном, интеллектуальном взаимодействии с аудиторией, хотя новые реалии диктуют необходимость расширения музейного предложения с точки зрения качественной проработки и презентации различных каналов коммуникации. Постепенно музеи начинают ориентироваться на те форматы передачи информации, которые связаны с природой впечатлений посетителей, на формы ее восприятия.

Например, можно вслед за итальянским музеологом Л. Кательдо выделить три действенных формата передачи информации, которые связаны с природой впечатлений посетителей: *повествовательный*, *кинестетический* и *полисенсорный*. «Исследования, затрагивающие инновационные формы взаимоотношений в области музейной деятельности, сосредоточены во многом на природе впечатлений каждого посетителя и повышении ценности этих впечатлений... Другими словами, современный музей может инкорпорировать жизненный опыт посетителя и, следовательно, изменить что-то в своей работе» [2, с. 43].

Такой подход вполне соотносится с результатами исследования «Музей и посетитель»⁶: важной составляющей получения музейной информации как на когнитивном, так и на эмоциональном уровне является форма ее восприятия (вербальная, визуальная, тактильная и др.). Поэтому «выстраивание программ взаимодействия с посетителем все более соотносится не только с демографическими, образовательными и прочими характеристиками аудитории, но и с психологическими особенностями ее восприятия. Понимание того, что в музей могут прийти посетители с преобладающей потребностью в одном из типов восприятия информации и взаимодействия с музейным предметом, формирует личностный подход к посетителю, учитывает его физические, когнитивные, эмоциональные особенности. Ответ музея на такой запрос – создание специальных аудио- и видеопрограмм, этикетажа, проектов, сочетающих различные формы представления информации, нестандартных мероприятий и т. д. – может стать серьезной мотивацией для его посещения» [3, с. 186–187].

Можно выделить три преобладающих, наиболее результативных на сегодня формата музейной коммуникации, которые формируют у аудитории музейную потребность, закрепляют навыки межличностного и межкультурного взаимодействия и способствуют освоению наследия в разных его формах. Это *нарратив*, *реконструкции* и *мультимедиа* – форматы, которые позволяют достичь необходимого баланса между научными основами музейной деятельности и эмоциональной, когнитивной составляющими коммуникационного процесса при активном участии посетителей в освоении наследия.

³Из выступления А. Н. Сокурова на Международной научной конференции «Музеи и власть» (Санкт-Петербург, 2014).

⁴Согласно материалам фокус-группы с преподавателями школ и средних учебных заведений (рукопись исследования «Музей и посетитель», 2012–2013).

⁵«Язык музея – метафора, основанная на существенном сходстве процессов порождения смысла с использованием средств естественного языка, с одной стороны, и средств коммуникации музейной – с другой. Выразительность Я. М. достигается посредством различных знаковых систем и иных механизмов, выработанных культурой (коллекций, исторических символов, изобразительного искусства, естественного языка, технологий и пр.) и необходимых для реализации социальных функций музея и интерпретации музейной» (См.: Словарь актуальных музейных терминов // Музей. 2009. № 5. С. 65).

⁶Социо-психологическое исследование «Музей и посетитель» проведено сектором музейной энциклопедии Российского института культурологии в рамках Федеральной целевой программы в 2012–2013 гг.



Нарратив, как классическая форма передачи информации в музее, в настоящее время претерпевает изменения за счет включения новых форм повествований и «рассказывания историй»⁷, дополняемых элементами театрализации и интерактивности. Это привносит неформальность, определенную дискуссионность в экскурсии и лекции, расширяет поле для диалога с посетителем и предоставляет ему больше возможностей для самостоятельных интерпретаций и умозаключений.

Музейные реконструкции включают различные театральные, праздничные мероприятия, мастер-классы, связанные преимущественно с визуальной коммуникацией. В середине XX в. П. Рикёр, рассматривая память как *деятельность*, утверждал, что работа памяти осуществляется не только на уровне отдельного человека, но и на уровне общества, которое переживает сегодня «особое историческое состояние» разрыва с прошлым. Его приходится восстанавливать не через живую память, а через историческую реконструкцию [4]. Неслучайно появление разнообразных программ подобных реконструкций, реализованных на музейных площадках в различных театрализованных, игровых формах: реконструкции сражений, явлений игровой культуры и культуры повседневности (народные и религиозные праздники, балы, гостиные); включение театрализованных элементов (театральные, музыкальные, поэтические вечера); разнообразные студии и мастерские при музеях; мастер-классы, в которых реконструируются или воспроизводятся традиция или ремесло.

Популярность таких мероприятий вполне объяснима: в процессе их проведения происходит социокультурное взаимодействие, позволяющее разрозненным индивидуумам почувствовать себя сообществом; происходит погружение в атмосферу, вовлечение в историю, связанное с одновременным удовлетворением когнитивных, эстетических, чувственных потребностей человека. Немаловажную роль играет семиотика визуальных атрибутов данных форм коммуникации: «Получение ярких музейных впечатлений, которые делают посещение музея запоминающимся и позволяют продлиться во времени позитивному переживанию... является частью музейной коммуникации» [3, с. 186].

Поэтому несмотря на то что молодое поколение предпочитает получать информацию в виртуальном пространстве, традиционные каналы музейной коммуникации работают, позволяя налаживать взаимодействие и преодолевая непонимание. Как правило, это возможно только при ярком, эмоциональном, адресном музейном «послании».

Однако периодически возникают вопросы подлинности актуализируемого наследия, научности реконструкций, качества театрализованных мероприятий. Появляются различные формы клубной самодеятельности и стилизации, которые не отражают в полной мере многообразия форм и явлений традиционной культуры, искажают их сущность. Человек, который в реальной жизни постоянно сталкивается с неподлинным и мимолетным, чувствует неудовлетворенность, не находя в музее подлинности и устойчивости. В результате музей *получает* антирекламу и *не получает* постоянного посетителя.

Мультимедийный (виртуальный) формат коммуникации в музее возвращает нас к проблеме адаптации музейного языка, к вопросам использования новых выразительных средств. Замечено, что первоначальный высокий интерес к различным технологическим новациям в музейной среде несколько снизился, уступив место заинтересованности посетителя в содержательных аспектах музейных мультимедийных проектов. Те проекты, в которых разнообразные технические возможности грамотно использовались в качестве *средства* для концептуально и контекстуально выстроенного метарассказа, стали явлением отечественной музейной практики последних лет.

Заключение

Процесс передачи информации, трансляции традиций и ценностных ориентиров требует как выверенных высокопрофессиональных подходов и решений со стороны музейных специалистов, так и значительных усилий со стороны приходящего в музей человека. Прежде всего, следует обратить внимание, что «целью коммуникации становится распространение знаний из области истории, политики и культуры, представление позиций всевозможных социальных групп, различных политических точек зрения. Таким музеям присуща задача стабилизации идентичности посетителей путем применения методов сравнения и диалога» [1, с. 74].

Действительно, характер общения в музейном пространстве становится все более открытым, диалогичным, иногда дискуссионным, но способен ли «традиционный» музей отражать многообразие групп населения и их мнений, социокультурных практик, становясь значимым местом для обсуждения важных для каждого жителя вопросов и неотъемлемой частью их повседневной жизни? Может, необходимо продолжить поиск некоего идеального типа музея для реализации этих задач?..

⁷Рассказывание историй (от англ. *storytelling*) – способ передачи информации, заключающийся в подробном сюжетно связанном повествовании (сказки, притчи, исторические повествования и т. п.) с определенной целью.



Использование повествовательных, визуальных, вербальных аспектов коммуникативных практик в различных формах музейной деятельности для выражения экзистенциально значимых смыслов предоставляет посетителю необходимые переживания и чувства, возможность самостоятельного исследования и участия в процессе неформального общения и образования, доступный и современный для восприятия язык и адаптивные технологии. Необходимо помнить, что дальнейшее развитие таких форматов общения, направленное на укрепление коммуникационных связей в системе *музей – музейная аудитория*, связано с усилением роли научной составляющей музейной деятельности.

Библиографические ссылки

1. Скрипкина ЛИ. К вопросу о корреспондировании «нового краеведения» с «новой локальной историей». В: Чувилова ИВ, Шелегина ОН, редакторы. *Новации в музейном мире. На пути к музею локальной истории нового типа*. Новосибирск: Институт истории СО РАН; 2017. с. 70–75.
2. Катардо Л. Формы коммуникации в работе литературного музея. В: Московский институт социально-культурных программ. *Материалы Первого форума литературных музеев*. Москва: Московский институт социально-культурных программ; 2013. с. 40–48.
3. Чувилова ИВ. Проблемы музейной коммуникации, или Почему люди все еще ходят в музеи? В: Чувилова ИВ, Шелегина ОН, редакторы. *Новации в музейном мире. Музей как коммуникационный протокол*. Новосибирск: Институт истории СО РАН; 2013. с. 178–193.
4. Рикёр П. *Память. История. Забвение*. Москва: Издательство гуманитарной литературы; 2004. 728 с.

References

1. Skripkina LI. «The new local lore» and «the new local history» concepts relationship problem. In: Chuvilova IV, Shelegina ON, editors. *Innovations in the museum world. On the way toward a local history museum of a new type*. Novosibirsk: Institute of History, Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences; 2017. p. 70–75. Russian.
2. Kataldo L. [Forms of communication in the work of the literary museum]. In: Moscow Institute of Social and Cultural Programs. *Materialy Pervogo foruma literaturnykh muzeev* [Materials of the First Forum of Literary Museums]. Moscow: Moscow Institute of Social and Cultural Programs; 2013. p. 40–48. Russian.
3. Chuvilova IV. Problems of museum communication or Why do people still go to museums? In: Chuvilova IV, Shelegina ON, editors. *Innovations in the museum world. The museum as a communication protocol*. Novosibirsk: Institute of History, Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences; 2013. p. 178–193. Russian.
4. Ricker P. *Pamyat'. Istoriya. Zabvenie* [Memory. History. Oblivion]. Moscow: Izdatel'stvo gumanitarnoi literatury; 2004. 728 p. Russian.

Статья поступила в редакцию 24.06.2021.
Received by editorial board 24.06.2021.