

Феномен коммуникативного поля экспозиции литературного музея М.Ю. Кряжевских, Объединенный музей писателей, Екатеринбург, Россия

Одну из важных частей пространства музейной коммуникации можно определить как коммуникативное «поле» экспозиции, которое включает в себя все ее объекты, обладающие коммуникативными свойствами. В первую очередь, к коммуникативному «полю» относится само здание музея, которое может быть историческим памятником, архитектурным ансамблем или специально спроектированным современным сооружением, а также природный или городской ландшафт. Музей всегда находится в пространственном контексте, в то же время он выступает в роли аккумулирующего центра окружающего пространства. Музейное здание является узлом, объединяющим все источники информации, находящиеся в его радиусе.

Здание музея, в особенности литературного, часто служит значком на карте местности, обращающим внимание на само место расположения музея. Место всегда связано с большой историей – историей страны и малой историей – частной жизнью людей. Название улицы, тип застройки, социальное назначение, природный рельеф и пр. – уже являются для нас «говорящими», если есть посредник, передающий информацию, содержащуюся в этих «знаковых системах».

Литературно-мемориальный – это не просто потенциальная экспозиционная площадь, а как мемориальный историко-культурный памятник или система памятников. Он связан с жизнью и деятельностью определенной исторической личности. Вокруг такого музея создается особое мемориальное пространство, «освященное духом» великого человека» [1]. По мнению Д.С. Лихачева даже такие своеобразные музеи, как музеи-парки, являются носителями исторической информации. Эти музеи настолько «консервируют» образ времени, образ эпохи, что могут считаться энциклопедией русской и общественной жизни, а также литературной хрестоматией. «Это сфера исторического времени, сфера воспоминаний и поэтических ассоциаций... Это и есть то, что больше всего очеловечивает природу в парках и садах, что составляет их суть и специфику. Парки ценны не тем, что в них есть, а тем, что в них было» [2]. Мы считаем, что такой подход применим и к исследованию особенностей коммуникативных возможностей городского и природного ландшафта вокруг литературно-мемориального музея, даже в том случае, если этот ландшафт претерпел сильные изменения.

Мемориальное здание, в котором расположен музей, обладает рядом специфических особенностей, непосредственно имеющих отношение к специфике его коммуникационного пространства. Дмитриева Е.К. отмечает, что мемориальный потенциал здания включает семантическую, историко-культурологическую и эстетическую информацию. Наибольшими коммуникационными возможностями при получении информации о меморируемой личности, здание приобретает при условиях синхронии, то есть когда совпадает время постройки и время проживания человека в доме. Это связано с тем, что архитектурный стиль – это закодированная информация об эпохе, в которую он был распространен: каждый его элемент глубоко символичен и являет собой максимально сжатый информационный блок. Во многом архитектурный облик мемориального здания содержит в себе информацию о социальном статусе владельца. Облик мемориального дома, его внутреннее устройство, его план всегда влияет на содержание экспозиции.

Коммуникативное поле литературного музея включает, вместе с архитектурным обликом здания, и коммуникативные возможности интерьера. Часто при моделировании определенного временного конструкта в экспозиционном пространстве автор концепции и музейный художник используют информацию, закодированную в архитектурных элементах мемориального здания.

Мемориально-литературные музеи сегодня часто выбирают в организации экспозиции метод условности интерьера. В таком случае экспозиционеры используют дополнительные информационные возможности и коммуникационный потенциал сценографии, которая придает экспозиционному образу экспрессивно-эмоциональное звучание. Феномен коммуникационного поля музейной экспозиции во многом заключается в том, что архитектурный облик здания музея и интерьер, в процессе их восприятия рождают множественность значений экспозиционного образа и множественность его «прочтения» и моделирования дискурса прошлого каждым отдельным посетителем.

Любой предмет окружающего пространства имеет информационную составляющую или определенный набор характеристик (цвет, вес, размер, плотность, структуру и т.д.). В процессе функционирования и эксплуатации в жизни и деятельности человека эти информационные возможности увеличиваются. Кроме объективных характеристик вещи для ее владельца существует и субъективный аспект, включающий информационную и эмоциональную составляющие. Когда вещь изымается из бытового обихода и презентуется в качестве музейного предмета, «частная» информация, до этого доступная только ее хозяину, становится открыта другим субъектам коммуникативного акта. Такие

вещи, или мемории, уже потенциально музейный предмет, то есть при условии попадания в коммуникативное поле музейной экспозиции, этот объект приобретает дополнительные коммуникативные возможности. Таким образом, музейный предмет один из главных участников музейной коммуникации. Л.М. Шляхтина и Е.Н. Мастеница выделяют следующие свойства музейного предмета, которые, на наш взгляд, определяют его коммуникативные особенности: информативность, репрезентативность, экспрессивность [3].

Первичная информация, которая заключена в музейном предмете и воспринимается субъектом на начальной стадии коммуникативного акта – внешние признаки вещи (величина, форма, цвет, фактура), с помощью посредника – экскурсовода, аннотации и др. – отрывается информация о свойствах и функциях, в случае, если предмет вышел из активного употребления, а также воспринимаются эстетические качества объекта. Более того, музейный предмет несет в себе и «социальную информацию», фиксируя определенный опыт человечества.

Специфика литературного музея такова, что основным экспонатом является книга и рукопись. Кроме информации, заключенной в тексте, оставленном автором, коммуникативный потенциал этих предметов включает множество видов информации. Книга, презентуемая как музейный предмет, может быть соотнесена с социофактом, то есть фактом, имеющим особое социальное значение, в то же время она всегда – предмет искусства дизайна и книжной графики. Оформление книги, ее внутренняя структура несут информацию об эпохе, о стиле времени. Особое информативное значение имеют прижизненные издания.

Рукопись меморируемой личности содержит большой блок текстологической информации, а также демонстрирует творческий процесс. Она сообщает в процессе коммуникации «интимную», частную информацию, которую невозможно получить никаким иным путем, кроме текстологического анализа. Во многом через обращение к рукописям в коммуникационное пространство музея включается еще один субъект коммуникации – меморируемая личность. Разумеется, мы имеем дело с неким образом меморируемой личности, пропущенным через множество этапов моделирования.

К особым разновидностям музейного предмета относятся личные вещи меморируемой личности (в нашем случае, это писатель или его ближайшее окружение). Помимо социокультурного содержания личные вещи, как и рукопись, несут определенную информацию, характер которой можно определить как «интимный». То есть в ней заключено такое знание о личности писателя, которое невозможно почерпнуть из других источников. Эта информация дает представление о чертах характера меморируемой личности, личных предпочтениях, вкусах и т.п.

Возможности коммуникационного поля музейной экспозиции должны быть по достоинству оценены современной школой. Уроки русского языка, литературы, истории, мировой и художественной культуры, эстетики в стенах литературного музея позволяют осуществлять на практике междисциплинарный подход, дать учащемуся наиболее цельное представление о предлагаемой эпохе и личности того или иного писателя, что облегчает восприятие учебного материала, помогает его усвоению и систематизации, вносит в обучение элемент «подлинности» и дух исследования.

Литература

1. Дмитриева Е.К. Язык архитектуры как один из путей расширения коммуникативных возможностей мемориального музея // Музееведение: проблема культурной коммуникации в музейной деятельности. – М., 1989.
2. Лихачев Д.С. Заметки о русском. Избр. работы: в 3 т. Т. 2. – Л., 1987.
3. Шляхтина Л.М., Мастеница Е.Н. Музейно-педагогическая мысль в России. – СПб., 2006.