

КУЛЬТУРОЛОГІЯ

УДК 069.5:2

ФЕНОМЕН МУЗЕЙНОГО ПРЕДМЕТУ: МУЗЕОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

Банах В.М.

Національний університет «Львівська політехніка»

У статті розкриваються особливості функціонування музейного предмету в просторі музею як особливого історичного, соціального та культурного феномену. Увагу зосереджено на меморіальності музейного предмету, його ключовій ролі у музейній комунікації, експозиційній та науково-фондовій роботі. Проаналізовано праці відомих музейних теоретиків та практиків із даної проблематики.

Ключові слова: музейний предмет, комунікація, експозиція, музейні фонди, культурна спадщина.

Постановка проблеми. На сьогоднішній день музеологія, як самостійна наука, перебуває на стадії теорії та синтезу, що передбачає визнання за музейним предметом статусу об'єкту інформації/документації й носія особливої культурної інформації. Музеологію визнано в академічному просторі, вона отримала статус самостійної академічно-наукової дисципліни, зросла чисельність музеологічної літератури [1, с. 7]. Одним із магістральних напрямків музеологічного теоретизування є спроби всебічно осмислити та інтерпретувати музейний предмет, який присутній на всіх стадіях музейної практики (від комплектування музейних фондів та експозиційної роботи до музейного маркетингу). Якщо, скажімо, для історика невід'ємним елементом його теоретичних конструкцій та абстрактних узагальнень є аналіз, порівняння та інтерпретація історичних джерел, то для музейника – це музейний предмет. Саме довкола музейного предмету сфокусовані теоретичні проблеми визначення предмету та об'єкту пізнання музеології, питання організації фондової роботи, засадничі моменти музейної комунікації, маркетингові стратегії тощо.

Мета статті. Метою роботи є комплексний аналіз побутування в соціокультурному просторі та в особливому просторі музею музейного предмету.

Виклад основного матеріалу. Згідно із загальноприйнятим визначенням музейний предмет, який є основою будь-якої музейної колекції – це рухомий об'єкт, вилучений із першопочаткового середовища у зв'язку із його автентичністю й здатністю характеризувати специфічні особливості середовища й епохи, у взаємозв'язках із якою він перебував будучи у природних для себе умовах [23, с. 12]. Водночас теоретична музеологія чітко розмежовує формальне поняття предмета музеології від матеріального, яке не є пізнавальною темою музеології, а змістом досліджень технічного характеру спеціальних наук, що представлені у музеях. В теоретичних конструкціях музеології музейний предмет пов'язується із «музеальністю». Музеальність полягає в тому, що людина вважає відібрані предмети настільки важливими свідченнями певного стану речей, що хоче зберігати їх якомога довше та поширювати

знання про них у суспільстві [6, с. 31-32]. Осмислення феномену музейного предмету через музеальність привело до оформлення теоретичного напрямку в музеології, який прийнято умовно називати «предметним». В рамках даного напрямку у фокусі уваги дослідників опиняється не музей, а причини, які його породжують, і, перш за все, феномен музейного предмету, а також різноманітні сторони його функціонування в музеї. Загалом предметний підхід є спробою визначити специфіку музею через специфіку музейного предмету, який, як передбачається, володіє певними особливими властивостями. При цьому діяльність, пов'язана із збиранням музейних предметів, часто розглядається як властива людині апіорі [5, с. 13]. Знаний голландський музеолог Пітер ван Менш в даному контексті підкреслював безсумнівний зв'язок між уявленнями про музеологію як дисципліну, яка спрямована на вивчення музейних предметів та визнання провідною й найбільш характерною рисою музейної роботи інтерпретацію цих предметів [7, с. 67].

Теоретичне осмислення та ідейне конструювання категорії «музеальності» у середовищі музеологів так званого «предметного» напрямку сприяло подальшому переходу музеології від емпірично-описового етапу (у межах методології профільних дисциплін) до етапу теоретико-синтезичного, пов'язаного із визнанням цінності предмету/колекції, як носія культурної документації, особливого культурного феномену. Музеологія рушила у напрямку систематичного обґрунтування свого теоретико-методологічного каркасу і досягнення дисциплінарної незалежності [22, с. 22].

Музейний предмет займає важливе місце в теоретичних постулатах так званої «критичної музеології», яка передбачає, що знання, створюване та поширюване в музеях, містить в собі риси культурної, політичної та економічної ситуації, у якій воно було створено й, відповідно, відображає конкретний момент історії даних суспільств. Тому, аби зрозуміти музеї та успішно їх організувати, необхідно знати їх культурне, політичне та економічне оточення. Відтак одним із завдань критичної музеології можна вважати перетворення музеїв в такий простір, де відвідувач не лише перетинається із проблемами сучасно-

го суспільства, побаченими через призму історії та пам'яті, в перспективі етики, але і має можливість відповідати і реагувати на те, що перед ним експонується. Музеї повинні робити явними існуючі в суспільстві проблеми та спонукати людей шукати шляхи їх вирішення [1, с. 113].

Аналізуючи постулати «критичної музеології» один із її теоретиків Оскар Наварро зазначав, що у музеї ми можемо виявити два типи процесів, пов'язаних із предметами, які стають музеаліями: це процеси музеалізації та патримоніалізації. Музеалізація відбувається в процесі збору, документування, реєстрації та вивчення предметів. На цій стадії предмет зберігається у фондах музею і вже набуває тієї аури, яка перетворює його в «музейний предмет». Під час патримоніалізації предмет стає частиною спадщини, потрапляючи в експозицію та виступаючи в ролі засобу навчання. Відповідно, – підкреслює О. Наварро, – предмет стає музейним предметом тоді, коли досягає повної реалізації свого потенціалу як носій інформації та засіб навчання; іншими словами, процес музеалізації має справу із потенціалом предмету, а його експонування у середині певного дискурсу та певної освітньої стратегії (тобто патримоніалізація) актуалізує його як елемент спадщини [18, с. 4].

Будучи невід'ємним елементом культурної спадщини музейний предмет осмислюється музеологією в координатах культури, фундаментальною властивістю якої є меморіальність. Музейний предмет стає втіленням меморіальності та, відповідно, соціальної (культурної) пам'яті соціуму. «Схований на полицях фондосховищ або приміщень у вітрину експозиції, артефакт культури набуває тут свого нового значення, маркуючи меморіальність вже не так індивідуальної, як колективної пам'яті, створюючи ідеальну модель історії соціуму» [19, с. 12]. Очевидно, що під таким кутом зору феномен музейного предмету на культурному макрорівні може бути досягнутий «лише через осмислення механізму появи у культурі «предмету музейного значення» як певного проміжного етапу трансформації повсякденного предмету реального світу в особливий – музейний. При цьому необхідно підкреслити те, що предмет музейного значення передбачає існування музейного простору або, як мінімум, музеальності, як прагнення до придбання, збереження й використання різноманітних об'єктів природи та суспільства, які отримали соціокультурну значущість» [19, с. 14]. Наділення повсякденного предмету реального світу музеальністю й перетворення таким чином його у особливий меморіальний культурний артефакт (музейний предмет) прослідковується із Античних часів, де їм надається особливий меморіальний сенс та відводиться окремий простір, який можна умовно назвати «протоекспозиційним». Так, перші прояви зацікавлення людей різними предметами культури і природи відносяться до глибокої давнини. Вже тоді люди збирали і прагнули зберегти предмети природного і штучного походження, що мали для них особливе сакральне значення (лат. *sacrum* – священна річ) й представляли інтерес з пізнавальної та естетичної точок зору [17, с. 10].

«Музей як простір» володіє цілою низкою специфічних рис, оскільки цілеспрямовано ви-

ділений із звичайного простору за рахунок особливих принципів своєї організації та функціонування. Просторово-часовий континуум музею змушує відвідувача переключити своє повсякденне сприйняття простору та часу в інший реєстр. Музеї провокують цей акт переключення, оскільки вони орієнтовані на «ефект занурення» у інші культури або «ефект присутності» в культурному просторі. У переважній більшості музеї прагнуть створити в своїй експозиції максимальну наближеність до певної історичної епохи, віддаленої від сьогодення, роблячи домінуючим «ефект залучення» [15, с. 23]. Саме в просторі музейної експозиції музейний предмет, будучи експонатом, набуває нового звучання, стаючи наріжним елементом музейної комунікації музей – відвідувач. «Музей – це місце де відбувається суто індивідуальне «спілкування» відвідувача з тими, хто створив, володів або користувався виставленими предметами. Таким чином експонати є сполучною ланкою у процесі комунікації» [12, с. 8-9].

Поняття музейна комунікація запровадив у науковий обіг у 1968 році канадський музеолог Дункан Камерон. Відповідно до його трактування, музейна комунікація – це процес спілкування відвідувача з музейними експонатами, що представляють собою реальні речі. В основі спілкування лежить, з одного боку, вміння творців експозиції побудувати з допомогою експонатів особливі не вербальні просторові «висловлювання», а, з іншого – здатність відвідувача розуміти «мову речей» [24, с. 130]. Адже музейна експозиція залишається основним простором демонстрації й інтерпретації музейного предмету [11, с. 126].

Сучасна теорія та практика музеєзнавства, інтерпретуючи експозиційну роботу музеїв, підкреслює кілька концептуальних моментів. Так, музейна експозиція розглядається як «мова музею» та «своєрідний вид тексту, де багато чого залежить від його розуміння та інтерпретації» [9, с. 108]. Експозиція також трактується як «особливий вид мистецтва», утверджуючи «образність засадничим фактором експозиції». «Експозиція – це також і створення образу завдяки інтерпретації предметів, оскільки, з'єднані разом, вони трактують про теми, які у підсумку розкривають не матеріальні аспекти усієї композиції в цілому» [10, с. 4]. З точки зору семіотики експозиція музею розглядається, як особлива система, яку «необхідно розуміти як сукупність її складових у відносинах і зв'язках один з одним, як цілісне утворення, яке не може бути простою сумою його компонентів» [2, с. 36].

У всіх трьох зазначених базових аспектах музейної експозиції саме музейний предмет займає ключову позицію. «Мова музею» складається із знаків (музейних предметів) й правил взаємного поєднання у процесі об'єднання їх в тексти (експозиції). Це у свою чергу дозволяє виділити смислові структурні одиниці експозиції як особливого виду тексту – експозиційний ряд (група однорідних предметів, які виражають знакову визначеність одного порядку) – експозиційний комплекс (первинна смислова одиниця, у якій предмети у їх зв'язках між собою несуть закінчене експозиційне висловлювання) – експозиційний блок (складне експозиційне висловлювання, яке складається із декількох експозиційних комплексів).

сів, об'єднаних одною думкою) – експозиційний ансамбль (струнке взаємопов'язане об'єднання декількох експозиційних блоків, що розкриває окрему смислову тему, розділ) [2, с. 41, 46].

Для того аби відвідувач музею зумів належним чином «прочитати» експозицію, вловити основну думку, яку заклали в то чи інше експозиційне висловлювання її автори, на переконання більшості науковців-музейників, необхідним є взаємодія експозиціонера-науковця та художника-дизайнера. При такій взаємодії «сценарист покликаний...перш за все, розробити оригінальний сюжет майбутньої експозиції, структуру розвитку експозиційної дії, базованої на драматичній колізії або конфлікті. Ця сюжетно-тематична структура повинна враховувати особливості музейного простору й представляти собою просту чи складну систему експозиційно-художніх образів або мізансцен, які розвиваються в умовному часі» [20, с. 68]. Відтак експозиційне мистецтво характеризується побудовою цілісного гармонійного ансамблю на основі експонату оригіналу і всіх компонентів середовища. Експозиція формується як предметно-просторове й емоційно-образне середовище у єдності сюжетно-концептуального й візуального ряду. Натомість музейний предмет включається в сюжет і дію. Він починає набувати складних смислових й сюжетних взаємозв'язків. Більш конкретно визначається його місце і «роль» в концептуальному художньо-виразному ряду, де експонати-«артисти» починають грати свої складні спектаклі під назвою «музейна експозиція» [14, с. 10].

При семіотичному розгляді музею в якості знаків виступають музейні предмети. Вони є основними джерелами накопичення, збереження й передачі інформації у просторі музею. Музейний предмет з точки зору семіотики може бути розглянутий як об'єкт природної спадщини або штучно створений людьми предмет, вилучений із середовища його побутування та наділений властивістю передавати певний сенс, значення. Аналізуючи знакові специфіки музейного предмету дослідники виділяють кілька його взаємопов'язаних компонентів. Перший – це матеріальна основа, предметне втілення даного знаку, яке дозволяє розглядати його як частину матеріальної культури та засіб закріплення інформації. Другий обов'язковий компонент кожного знаку – його значення (змістовне наповнення) або денотат. При семіотичному розгляді музейного предмету денотативний план проявляється в уяві про нього як про дещо унікальне, цінне, таке, що заслуговує на увагу. Третім компонентом в знаковій структурі виступає десигнат знаку – інформація на яку він вказує (дані про автора, час і місце створення, зовнішні характеристики тощо). Врешті четвертим компонентом музейного предмету як знаку, є інтерпритант, відображення прочитаної із знаку інформації. Інтерпритант – це не «дзеркальна» копія самого репрезентанта, вона представляє собою індивідуальне розуміння знака суб'єктом, відображаючи його особистий екзистенціальний досвід, його ставлення до десигнату знаку, важливість та необхідність інформації, яку він містить, емоційний настрій під час взаємодії із цим знаком. Інтерпритант в багатьох моментах визначає індиві-

дуальне враження кожного відвідувача від виставки й обумовлює його бажання чи не бажання знову відвідати даний музей [16, с. 205-206]. Загалом, як вдало підкреслила дослідниця Олександр Балаш, ефективне використання музейного предмету як особливого типу джерела дозволяє повною мірою розкрити його знакову семантику для повноцінної реконструкції тієї культури, до якої він належав, будучи просто річчю. Лише в музеї, – переконана вона, – річ опиняється в контексті, максимально сприятливому для розкриття всієї повноти її інформаційного потенціалу. І лише в цьому випадку можна всебічно розкрити експресивність та інформативність, яка робить музейний предмет атрактивними експонатом. І лише в цьому випадку можна ефективно відновлювати все поле семіотичних значень, яке пов'язано з даним предметом і може бути використано в діалозі музею й суспільства [3, с. 23].

Одним із засадничих напрямків музейної роботи є науково-фондова. Адже в основі роботи музею знаходиться збирання, збереження, використання музейних предметів – пам'яток історії та культури, об'єктів природи завдяки їх здатності документувати, відображати суспільні й природні процеси та явища. Музейні предмети концентруються у фондах музею, тому, говорячи образно, фонди є серцем музею, від функціонування якого залежить вся його робота [21, с. 117].

У практиці та теорії музейної справи детально прописана та уніфікована на міжнародному рівні відповідна фондова документація та правила, які супроводжують музейний артефакт від етапу комплектування фондів до їх консервації та збереження. Так, наприклад, загальноприйнятою нормою в музейній практиці є те, що в книгу надходжень вносяться лише ці музейні предмети, які музей набуває для колекції основного фонду, на відміну від інших експонатів, які музей може отримати для використання на виставці, в освітніх програмах й для одноразового використання з іншою метою. Під час інвентаризації відбувається ідентифікація кожного експонату колекції в описових деталях й присвоєння йому індивідуального ідентифікаційного номеру. Всі експонати постійних колекцій повинні бути внесені в інвентарні книги. Опис збереженості представляє собою документ, який складається із письмового опису та візуальної фіксації зовнішнього вигляду музейного предмету, стану його збереженості й будь-яких його пошкоджень у певний момент часу. Оскільки більшість колекцій проводять основну частину часу у фондосховищах, відповідно їх приміщення захищають від шкідливих факторів оточуючого середовища, катастроф, стихійних лих, крадіжок й зберігають для майбутніх поколінь [13].

Отже, лише побіжний огляд елементів науково-фондової роботи музею переконує, що саме музейний предмет – є ключовим та невід'ємним елементом музейних фондів, формуючи їх як в якості самостійної одиниці збереження, так і у складі тієї чи іншої музейної колекції, збірки. Більшість етапів науково-фондової роботи та чи інакше пов'язані із музейними предметами: комплектування, систематизація, інвентаризація, атрибуція та експертиза тощо. Довкола музейних предметів зосереджені практичні пи-

тання реставрації, збереження та безпеки фондосховищ музею.

Реалії ХХІ століття вносять вагомі корективи у розуміння та теоретичне осмислення музейного предмету в майбутньому. Мова іде перш за все про використання в експозиційному просторі музею мультимедійних технологій, створення віртуальних музеїв, виставок та експозицій. Ключовим моментом для подальших роздумів музеологів є теза про мультимедіа в музеї як самостійний об'єкт мистецтва, їх рівноправне «звучання» поруч із традиційними музейними предметами [4, с. 106]. Подальше використання цифрових технологій у разі збільшує комунікативні властивості музейного предмету, розширяє інформаційне поле як окремого музейного предмету та музейної експозиції, так і музейних фондів збірок в цілому. «Для широкої публіки стають доступними не лише твори представлені в експозиціях, але й предмети, які у даний момент перебувають

у запасниках. Ми можемо успішно побудувати «віртуальний музей», який вийде за межі музею реального за рахунок як забезпечення віддаленого глобального доступу до наших експонатів, так і організації таких виставок, яких у дійсності просто не існує» – такими думками ділилися на межі ХХ та ХХІ століття музейник із Глазго Джеймс Дівайн та фахівець інформаційних технологій Університету Глазго Рей Уеллед [8, с. 32].

Висновки. Отже, феномен музейного предмету з одного боку полягає в його присутності на всіх рівнях музейної практики: експозиційній, фондівій, освітній роботі музею тощо. З іншого – музейний предмет в контексті музейного простору набуває рис особливого феномену культури. Відтак музейний предмет є одним із ключових концептуальних конструкцій музеології та дозволяє їй вийти на якісно новий академічний рівень інтерпретації й розуміння власного предмету та об'єкту дослідження.

Список літератури:

1. Ананьев В. Г. История зарубежной музеологии: Учебно-методическое пособие. – СПб., 2014 – 136 с.
2. Арзамасцев В. П. О семантической структуре музейной экспозиции [Текст] / В. П. Арзамасцев / Музееведение. На пути к музею ХХІ века. Сборник научных трудов – М., 1989 – С. 35-49.
3. Балаш А. Н. Вещь в музее: размышления о судьбе «предмета музейного значения» [Текст] / А. Н. Балаш // Вопросы музеологии – № 1(7) – 2013 – С. 19-24.
4. Баруткина Л. П. Мультимедиа в современной музейной экспозиции [Текст] / Л. П. Баруткина // Вестник СПбГУКИ – Декабрь – 2011 – С. 106-108.
5. Беззубова О. В. Некоторые аспекты теоретического осмысления музея как феномена культуры [Текст] / О. В. Беззубова // Триумф музея? – СПб: «Осипов», 2005 – 458 с.
6. Вайдакер Ф. Загальна музеологія: Посібник / Перекл. з нім. В. Лозинський, О. Лянг, Х. Назаркевич. – Львів, 2005 – 632 с.
7. Ван Менш П. Предмет музеологии [Текст] / Питер ван Менш // Вопросы музеологии – № 1(9) – 2014 – С. 64-78.
8. Дивайн Д., Уеллед Р. Культура и новые информационные технологии: эксплуатация цифровых интерактивных ресурсов [Текст] / Джеймс Дивайн, Рей Уеллед // Museum – № 3 – 2000 – С. 32-35.
9. Долак Я. Музейная экспозиция – музейная коммуникация [Текст] / Я. Долак // № 1 – 2010 – С. 106-117.
10. Дюбе Ф. Экспозиция как инструмент знания и инструмент показа [Текст] / Филип Дюбе // Museum – № 3 – 1995 – С. 4-5.
11. Карташева Е. И. Микроистория музейного предмета: к проблеме метода экспозиционной интерпретации [Текст] / Е. И. Карташева // Вопросы музеологии – № 1 – 2010 – С. 126-132.
12. Коммуникация и музей. Интервью с доктором Хансгердом Хелленкемпером, директором Римско-германского музея в Кльене // Museum – № 1 – 1984 – С. 8-13.
13. Ладкин Н. Управление коллекциями / Никола Ладкин / Управление музеем: Практическое руководство [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001410/141067r.pdf>
14. Майстровская М. Музейная экспозиция: тенденции развития [Текст] / М. Майстровская / Музейная экспозиция (теория и практика, искусство экспозиции, новые сценарии и концепции). Сборник научных трудов – М., 1997 – С. 7-22.
15. Мастеница Е. Н. Феномен музея: опыт музеологической рефлексии [Текст] / Е. Н. Мастеница // Вопросы музеологии – № 1(3) – 2011 – С. 20-30.
16. Мишуровская О. С. Семиотический анализ знаковой специфики музейного предмета [Текст] / О. С. Мишуровская // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина – № 3 – 2011 – Том 2 – С. 205-211.
17. Музееведение: учеб. пособие для студентов специальности 031502 – музеология / Л. Г. Гужова [и др.]; под ред. доц. Н. В. Мягиной; Владим. гос. ун-т. – Владимир, 2010. – 116 с.
18. Наварро О. История и память в современном музее: несколько замечаний с точки зрения критической музеологии. [Текст] / Оскар Наварро // Вопросы музеологии – № 2 – 2010 – С. 3-11.
19. Никонова А. А. Загадка музейного предмета [Текст] / А. А. Никонова // Вестник Санкт-Петербургского университета – Сер. 6 – 2006 – Вып. 1 – С. 11-18.
20. Поляков Т. Музейная колея или о методах и технологиях проектирования музейных экспозиций [Текст] / Тарас Поляков // Музей – № 4 – 2010 – С. 66-71.
21. Тельчаров А. Д. Музееведение. 2-е издание, исправленное и дополненное. – М., 2011. – 184 с.
22. Усенко П. С. Роль та місце музеологічної дисципліни в контексті розвитку теоретичних і практичних музейних досліджень другої половини ХХ ст. [Текст] / П. С. Усенко // Грані – № 7(87) – 2012 – С. 20-23.
23. Шляхтина Л. М. Основы музейного дела: теория и практика. Учеб. Пособие / Л. М. Шляхтина – М., 2009 – 183 с.
24. Яковець І. О. Комунікаційний простір сучасного музею як одна з основних категорій теорії музейної комунікації [Текст] / І. О. Яковець // Вісник ХДАДМ. Теорія та історія мистецтва – № 4-5 – 2014 – С. 129-133.

Банях В.М.

Национальний університет «Львівська політехніка»

ФЕНОМЕН МУЗЕЙНОГО ПРЕДМЕТА: МУЗЕОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Аннотация

В статье раскрываются особенности функционирования музейного предмета в пространстве музея как особого исторического, социального и культурного феномена. Внимание сосредоточено на мемориальности музейного предмета, его ключевой роли в музейной коммуникации, экспозиционной и научно-фондовой работе. Проанализированы труды известных музейных теоретиков и практиков по данной проблематике.

Ключевые слова: музейный предмет, коммуникация, экспозиция, музейные фонды, культурное наследие.

Banah V.M.

Lviv Polytechnic National University

THE PHENOMENON OF A MUSEUM OBJECT: MUSEOLOGICAL ASPECT

Summary

The article reveals the peculiarities of the functioning of a museum object in the museum's space as a special historical, social and cultural phenomenon. Attention is focused on the memorial of the museum subject, its key role in museum communication, exhibiting and scientific-funded work. The works of well-known museum theorists and practitioners on the given problem are analyzed.

Keywords: museum object, communication, exposition, museum funds, cultural heritage.