

МУЗЕЙ КАК ПУБЛИЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО

А. А. Бобрин

Екатеринбургский музей изобразительных искусств, Россия
uralfolk@mail.ru

Доклад представляет взгляд на музей, во-первых, как на публичное пространство в сети других городских площадок и, во-вторых, как на пространство, заданное модусами поведения в нём и его использования. Особенность использования посетителем музейного пространства описывается в терминах «демонстративности» и «спектаклярности», когда модусом поведения в пространстве становятся игры с открытостью и доступностью для рассматривания. Предлагается исследование феномена множественности сценариев использования экспозиционного пространства, то есть изучение транзитивных свойств музейного пространства.

Ключевые слова: музей, пространство экспозиции, общественное пространство, транзитивное пространство, публичность, доступность, демонстрационность.

MUSEUM AS A PUBLIC SPACE

Andrey Bobrikhin

Yekaterinburg Museum of Fine Arts, Russia
uralfolk@mail.ru

The article represents a view of the museum as a public space that is woven into the networks of other city sites. It is also a space that is determined by the way it behaves and uses it. The peculiarity of using the visitor of the museum space is described in terms of “demonstrativeness” and “spectacularity”, when the mode of behavior in space is manifested in performances and games with openness and accessibility for viewing. It is proposed to study the phenomenon of the multiplicity of scenarios for the use of exposure space, that is, the study of the transitive properties of the museum space.

Keywords: museum, exhibition space, public space, transitive space, publicity, accessibility, demonstrativeness.

DOI 10.23951/2312-7899-2019-2-169-176

Поскольку современный мир базируется на идее прогресса, предполагающей непрерывные изменения, то музею предстоит совершенствовать свои прогностические возможности и инструменты при необходимости сохранения его геномной роли в меняющемся обществе.

Очевидно, что музеи как привлекательные площадки на городской карте, как культурные институты в окружении галерей, театров, библиотек, как хранилища художественных эталонов, памяти и знаний, как образовательные ресурсные центры должны и будут меняться вслед или вместе с городской средой, государственной сетью учреждений, центрами научных исследований и учебными заведениями. Вопрос в том, какие изменения претерпит принцип «музейности», место музея в структуре и физиологии общества, останется ли он нерушим, а изменения затронут внешние и формальные компоненты, или эпоха «технической воспроизводимости» изменит способы взаимодействия с музейными сокровищами и сценарии поведения в музейном пространстве?

Наше сообщение нацелено на критику оснований исследовательских практик и осмысление актуальных прогностических стратегий, позволяющих музею соответствовать текущим вызовам с опорой на современное социально-гуманитарное знание. Традиционно «наука в музее» понимается в двух основных регистрах. В первом объектом исследования является музейный предмет, а результатом – «интерпретация», а во втором объектом является посетитель, а результатом – некое знание об объекте, позволяющее совершенствовать взаимодействие посетителя и музея и получать от него обоюдное удовлетворение. Исследовательские программы направлены на изучение того, сколько времени проводит посетитель в музее, каким маршрутом он следует в музее, на частоту посещения музея посетителем и почти никогда – на качество музейного посещения. Может ли динамика посещений быть индикатором качества экспозиции? Подразумевается ли, что знания о длительности и частоте посещения прямо или опосредованно влияют на качество экспозиции? Или знания этих характеристик (длительность, частота, возвратность и пр.) позволяют нам воздействовать на сами характеристики и не беспокоиться о качестве экспозиции?

Раз уж нас не удовлетворяют сложившиеся подходы к анализу взаимодействия посетителя с музеем, мы намерены предложить своё понимание природы и проблем этого взаимодействия. Наше понимание опирается на несколько очевидных, на наш взгляд, постулатов.

1. Посещение музея – это взаимодействие посетителя с пространством музея, обладающим антропологическими и социальными характеристиками, в среде которого взаимодействия с экспонатами, их комплексами и вспомогательными объектами обусловлены опытом поведения в общественных пространствах и социально-психологическими компетенциями посетителя.

2. Музей понимается как специфическое пространство, символически организованное пространство знаков, взаимодействий, коммуникации и движения информации. Природа этого пространства, его анатомия и физиология отличается от всех других естественных и сотворённых пространств, очевидно обнаруживая родство с публичными и символическими пространствами.

3. Содержание музейного посещения и разного рода взаимодействий в музейном пространстве обусловлено социально заданными установками, правилами, обычаями и привычками.

Музей – это *пространство*, где собирается и хранится память, информация, ценности, материализованная в предметах, и *место*, где для того, чтобы сделать видимыми и слышимыми память, информацию и ценности, осуществляется деятельность, происходят события и социальные взаимодействия⁴.

Отличие музея, как места, где происходит эмоциональная и интеллектуальная работа посетителя, пространства переживания, от пространства созерцания – в том, что А. Филлиппов называет «настроенным» пространством [Филлиппов 2008, 197]. Специфика такого места действия, где происходит эмоциональное представление ценностей, – в сценичности и перформативности, в драматичности, без которой не оживают вещи, память, люди. Мы ещё недостаточно знаем об «играх, в которые играют люди» в социальных пространствах, не говоря уже о недооценке нами перформативной природы *материального* мира внутри социальной реальности.

Рамки сообщения не позволяют провести обзор возможного спектра музейных исследований, мы лишь отметим отсутствие фундаментальных и прикладных работ на отечественном материале, объектом которых были бы социально-антропологические основания музейного посещения. Начать же придётся с понимания того, что есть музей как публичное пространство, каковы структура и функция музея как пространства в ряду других пространств.

Отечественный музей, несомненно, становится общественным пространством и публичным местом, точкой притяжения «населения», пунктом на карте города среди торгово-развлекательных

⁴ См. различение пространства и места у В. Вахштайна [Вахштайн 2011, 260].

центров, праздничных площадей, пешеходных улиц и стадионов. Обстоятельства, связанные с поиском точек роста гражданского общества, фокусируют внимание отечественных исследователей публичного пространства на городские территории – пешеходные зоны, парки, скверы и площади, а также на их отсутствие. Прочие публичные пространства, вроде музеев, стадионов или кинотеатров, пока недостаточно осмыслены как таковые, возможно, в силу определённой путаницы в понятиях «общественное пространство», «общедоступное место», «публичное пространство», «пространство публичности», а также некоторой иллюзии того, что, в отличие от городских площадок, архитектурно оформленные пространства отягощены принудительностью пребывания. Но специфика «публичного пространства» не в том только, что это пространство, противостоящее приватному, где «нет других». Определяющее значение имеет потребность и необходимость быть открытым, демонстрировать себя, предъявлять свои ценности, в том числе самим фактом присутствия в данном пространстве, а не в ином.

Складывающееся ныне понятие «публичное пространство» отличается от «общественного пространства» вниманием к поведению человека в своеобразной публичной повседневности, своей настроенностью на видимость и перформативность: «Большинство исследователей рассматривают публичное пространство как некую “игровую площадку”, арену для самовыражения, самоутверждения и демонстрации различий социальных групп и культур»; «посетители публичных мест являются одновременно и наблюдателями, зрителями определённых ситуаций и происшествий, и их участниками, актёрами» [Желнина 2006, 56]. В публичном пространстве на субъекта налагается обязательство экспонировать самого себя – обязательство стать открытым, аутентичным и даже прозрачным для взгляда других [Гройс 2012, 6].

Как публичное пространство, музей является значимым узлом в сети социальных связей, и среди прочих публичных пространств города занимает особое место, родовым свойством которого является открытость и доступность. Справедливым и равным доступом к культурным ценностям музей усиливает иллюзию того, что «в этом пространстве мы становимся частью общества» [Гройс 2012, 4], иллюзию способности конституировать какие-то элементы общественной жизни. В многообразии публичных пространств современного большого города музей отличается бескорыстной заинтересованностью в посетителе, финансовой, физической и интеллектуальной доступностью. В музее нет ограничений по возрасту, цены на билеты в нём,

что называется, «демократичны», музеи находятся в центрах городов, музей дружелюбен к детской и пожилой аудитории; отсутствие любого рода цензов позволяет встретить в нём представителей совершенно разных страт. В отличие от других пространств, в музее отсутствуют или нивелированы социальные конфликты, как, например, в условиях улицы и двора; отсутствуют рампы и дистанции, иерархия и конкуренция за обладание приоритетным местом. В то же время музей – открытое, но не пустое пространство, «в котором общество могло бы себя осознанно конституировать» [Гройс 2012, 5]. Материальная составляющая музейного пространства (шедевры, доступные для открытого непосредственного созерцания, и дизайн пространства, способствующий визуальной доступности), в отличие от приводимого Гройсом примера с «Хрустальным дворцом», продуцирует *открытость* как транслируемую социальную норму и ценность. И именно эти публичность, открытость и общедоступность музея задают специфику формируемых здесь социальных модусов и связей как открытости иного рода. Публичное пространство музея, в котором оказывается посетитель, пронизано соблазном открытой демонстрации, тотальной доступности рассматривания, где посетитель испытывает особый социальный опыт, «в первую очередь – опыт экспонирования, выставленности на всеобщее (общественное) обозрение, можно сказать – опыт публикации» [Гройс 2012, 4]. В музее принадлежность конкретного человека, посетителя к *видимому* миру становится наиболее бесспорной и очевидной, ведь последовательно присваивая множество взглядов и смотрений, пронизывающих музейное пространство, посетитель погружается в тотальную видимость, точки зрения перестают быть чужими, и этот акт способствует деприватизации музейного взгляда и музейного пространства.

Хочется обратить внимание на несколько характеристик, специфичных для музея как публичного пространства. Во-первых, на то, что материальными характеристиками среды – экспонируемыми артефактами, объёмами, маршрутами, дистанциями – создаются сети социальных отношений, поведение, связи и структуры. Понимая, что «способность коммуницировать с вещами – не просто “продукт коэволюции человека и техники”, а фундаментальное свойство социального мира» [Вахштайн 2013, 36], мы предлагаем посмотреть на музей как на пространство производства публичности как демонстративности и перформативности. Музейные объекты создают, поляризуют социальные практики и отношения так же, как мяч и его физические характеристики – вес, траектория,

упругость – создают публичное пространство стадиона и ареала вокруг его. Так игрушка, принесённая из дома, способна изменить социодинамику детсадовской группы и иерархию игрушек на полках. Так и музейная особая «вещность» создаёт форму публичности пространства и производит особые отношения в социальном мире.

Нужно понимать, что музей и его экспозиция – транзитивное пространство [Вахштайн 2013, 19–21], т. е. такое, которое разрабатывается «собственником» как единый сценарий, а используется множеством способов. Мир зрителя с его опытом, ожиданиями, памятью входит в пространство «собственника» экспозиции и создаёт особый авторский текст, уникальную историю взаимодействия с пространством, «как пользователи социальных кодов превращают их в метафоры и эллипсы своего поиска» [Серто 2013, 54]. Такое пространство, впрочем, для конкретного зрителя играет роль матричной формы посещения, а его последующие визиты формируют музейное пространство как палимпсест выставок, маршрутов, нарративов. Как публичное пространство музей – совокупность прочтений, преодоление коллективным зрителем авторства музейного пространства и его ответное сопротивление. Множественность вписанных и вчитанных зрителями сценариев в единое пространство «собственника» создаёт условия поведения, маршрутам и высказываниям, т. е. задаёт параметры публичности.

Когда А. Филиппов говорит об исследуемом пространстве и познающем его субъекте, который «одновременно и в пространстве, и вне пространства, смотрит на него как бы со стороны» [Филиппов 2008, 196], мы понимаем, что в музее эта диалектика присутствия в пространстве созерцания и представления побуждает *вести себя в пространстве* и рассматривать пространство с *ведущим себя в пространстве*, *совместно* с другими ведущими себя в пространстве, пространстве всеобщего созерцания-представления.

Парадоксальный статус музея как публичного пространства в том, что, являясь почти предельной формой общедоступности своего содержания, музей является институтом, на который наложены строгие ограничения и правила по сохранности предметов хранения. Строгость обращения в музее с предметами Государственного музейного фонда сродни эзотеричности тайных орденов, которым поручены священные дары. И в этом аспекте проявляется присутствие власти, о которой писала Х. Арндт. Но и эти аспекты «хранения» (с производными «охраной» и «сохранностью»), производящие системы контроля, технического и физического визуального наблюдения, сеть текстов, предписывающих нормативное перемещения

и действия, ограничивающих нежелательное поведение, включаются в сценарий игры публичного пространства и не противоречат спектаклярным ролевым моделям, принимаемым всеми участниками.

Наконец, разговор о публичных пространствах неизбежно приводит к теме «публичное пространство как арена для высказывания», к вопросу о возможности и содержании публичного высказывания в музее. Очевидно, что «высказывание» здесь не понимается нами буквально, как вербальное, да и по большей части высказывания в современных городских публичных пространствах – телесные, вестиментарные, жестовые, акциональные, звуковые. Будучи открытым в созерцании и в демонстрации, музейный посетитель взаимодействует с другими посетителями, учитывает их траектории, динамику движения, телесные проявления, прислушивается к оценкам, порой подражает пластике, мимике и жестам. И в этом смысле можно говорить о габитусе музейного посещения, когда пространственность музея, его вещное и социальное содержание конструируют публичное тело посетителя.

Возникающие в последнее время (особенно после Европейской биеннале современного искусства «Манифеста 10») активные формы зрительского участия, практики арт-медиации декларируют эффекты от применения данных методов: они «оставляют много свободы и пространства для творчества зрителей», когда «зрители сами рассматриваются как источники знаний, а современный музей выступает в роли модератора диалога, который принимает от людей их символические вклады в культуру и искусство» [Измайлова, Колокольцева 2016, 293].

Арт-медиатор, ведущий разговор со зрителем, выполняет роль фасилитатора, организующего монологи и диалоги зрителей. Тем не менее, на наш взгляд, в отечественных условиях данные методы развиваются преимущественно как образовательные технологии, наиболее адекватные для разработки содержания новой предметной области «Современное искусство». На наш взгляд, пока преждевременно рассматривать практику арт-медиации не в качестве дидактического метода, а как пример художественного или гражданского высказывания в публичном пространстве.

В дальнейших размышлениях о месте музея как публичного пространства в городской сети других общественных и публичных пространств мы намерены отвечать на вопросы о символическом месте музея на ментальных картах горожан и гостей, о ритуальных практиках, включающих музейное пространство, о музее как разновидности «места памяти» современного общества.

БИБЛИОГРАФИЯ

- Вахштайн 2011 – *Вахштайн В. С.* Социология повседневности и теории фреймов. Санкт-Петербург, 2011.
- Вахштайн 2013 – *Вахштайн В. С.* К микросоциологии игрушек: сценарий, афорданс, транспозиция // *Логос*. 2013. № 2. С. 3–37.
- Гройс 2012 – *Гройс Б. Е.* Публичное пространство: от пустоты к парадоксу. Москва, 2012.
- Желнина 2006 – *Желнина А.* Малая Садовая улица в Санкт-Петербурге: опыт становления публичного пространства // *Communitas / Сообщество*. 2006. № 1. С. 53–71.
- Измайлова, Колокольцева 2016 – *Измайлова А. Р., Колокольцева М. А.* Арт-медиация в деятельности художественных музеев // *Молодой учёный*. 2016. № 14. С. 292–294.
- Серто 2013 – *Серто М. де.* Изобретение повседневности. Часть 1: Искусство делать. Санкт-Петербург, 2013.
- Филиппов 2008 – *Филиппов А. Ф.* Социология пространства. Санкт-Петербург, 2008.

Материал поступил в редакцию 30.04.2018