

О.С. Дмитриева

Музеи и аттракционы: альтернатива в режиссуре музейного пространства

В современном, быстро меняющемся мире музей является, пожалуй, одним из самых консервативных культурных институтов. И это понятно: трудно придумать такой способ размещения ценных предметов, чтобы их и видно было хорошо, и условия хранения были соответствующими, и чтобы это была не витрина. Однако современному зрителю, избалованному самыми разными образами, пространство музея с недвижимыми и недосыгаемыми предметами кажется мертвым. В связи с этим возникают разнообразные проекты трансформации культурного пространства. Один из таких проектов будет представлен ниже.

Прежде чем приступить к изложению сути, хотелось бы заметить, что сама идея «оживить» музейные экспонаты и выставочное пространство не нова. Ее корни – в живых скульптурах модерна, в скандальных перформансах дадаистов, наконец, в знаменитой парижской выставке 1921 года. На этой акции дадаистов выставочный зал не был освещен, Андре Бретон делал вид, что освещает экспонаты, зажигая спички, Луи Арагон мяукал, кто-то ругался матом и т.д. С тех пор страсти поулеглись, а перформанс, хэппенинг и инсталляция стали полноправными членами искусства. Однако суть – соединить несоединимое – осталась. Дадаисты ломали стереотипы, в корне меняя сущность искусства. Нечто подобное, возможно, необходимо при трансформации музейного пространства.

Михаил Ямпольский в своей книге «Наблюдатель. Очерки истории видения» писал, что на смену субъекту созидающему пришел субъект наблюдающий. Мне кажется, что в связи с проектами трансформации музейного пространства тоже можно говорить о смене субъекта. На место посетителя-наблюдателя должен прийти посетитель-переживающий. Речь здесь идет не о трансформации самих экспонатов, а, скорее, о заключении их в отличное от современного пространство. Так, воздействие экспонатов только на зрение посетителя будет дополнено воз-

ТРИУМФ МУЗЕЯ?

действием самого музейного пространства на чувства и эмоции посетителя.

Процесс трансформации музейного пространства в целях обеспечения зрителю переживания начался уже давно. Одним из первых новшеств была установка в залах, например, с картинами, экранов, на которых шел фильм о жизни и творчестве художника. Но переживание, вызванное подвижными картинками экрана по сравнению со статичными изображениями, висящими рядом на стене, было просто удивлением. Сейчас непривычные тогда экраны – чуть ли не стандартный атрибут современных выставок. Примером может служить выставка Хуана Миро, проходившая прошлым летом в корпусе Бенуа.

Следующий шаг к обеспечению посетителю переживания – превращения музея в мультимедийное пространство. В экспозиции музея объединены инсталляции, фотографии, видеоарт, картины, скульптура, графика, дизайн – в общем, все существующие формы искусства. Именно так устроен самый, наверное, известный музей современного искусства – центр Жоржа Помпиду в Париже. При осмотре экспозиции зрителю приходится трансформировать свое восприятие, например, подключать слух при просмотре видеоинсталляции. Тем не менее, посетитель все равно остается сторонним наблюдателем, между ним и воспринимаемыми экспонатами пролегает невидимая граница.

Намного более значительным стимулятором переживаний посетителя выступает музыкальное оформление экспозиции. Музыкальное оформление – практически неотъемлемая часть современного музея. Достаточно вспомнить выставку о Мексике в Эрмитаже (2002г.), выставку «Парад народов» в Этнографическом музее). Цель музыки, звучащей в залах с экспонатами – создать определенную атмосферу, «вжить» посетителя в эпоху, страну, культуру, которую представляют экспонаты. Тем не менее, хотя музыка и затрагивает какие-то «потайные струны» нашей души, она остается по ту сторону пространства посетителя; музыка тоже является экспонатом, и воспринимается посетителем как наблюдателем, а не как переживающим.

Какого же рода должно быть это самое переживание? Я понимаю это ощущение с помощью термина «аттракцион», использованного С.М.Эйзенштейном в его режиссерской практике. В знаменитом манифесте «Монтаж аттракционов» режиссер определяет «аттракцион» следующим образом: «Аттракцион –

всякий агрессивный момент театра, то есть всякий элемент его, подвергающий зрителя чувственному или психологическому воздействию...». Воздействие, производимое аттракционом, должно быть «опытно выверено и математически рассчитано на определенные эмоциональные потрясения воспринимающего». Примечательно, что конечная цель режиссера – не просто восприятие аттракциона, и не потрясение, им производимое, а восприятие стоящей за аттракционом «идеологическая стороны»¹. То есть восприятие аттракциона подразумевает последующую умственную работу по переработке информации, итогом которой станет умозрительный вывод.

Пример аттракциона в музее можно найти в Санкт-Петербургском музее граммофонов и фонографов. Этот музей – частный, и его устроитель – Владимир Дерябкин – бывший цирковой артист. Дерябкин сам говорит о том, что с помощью режиссуры музейного пространства перенес в статику и в этом смысле «мертвость» музея действие и «жизненность» манежа. В его музее восприятие экспозиции построено на неожиданности. Сначала посетители попадают в зал, где стоит штук 20 граммофонов. Здесь посетители находятся минут 30, слушают экскурсию, смотрят экспонаты. Через 30 минут посетители уверены, что музей ограничивается всего одним залом. И вдруг звучит цирковой марш, поднимаются жалюзи, ведущее в соседнее помещение, и зрители попадают во второй зал. Точно так же из второго зала они попадают в чайную, по стенам которой развешаны коллекционные самовары, и, сидя за антикварным столом на антикварных стульях, пьют чай.

В личной беседе с автором статьи Владимир Дерябкин выдвинул своеобразный проект нового «живого» музея – зал, вместо которого – занавесы. Посетитель, приходя в музей, во-первых, не знает, что именно он увидит, а во-вторых, он не видит всего сразу.

Здесь все построено на неожиданности, на цирковом аттракционе. Но это лишь возможный вариант аттракциона. Речь идет о наделении музейного пространства возможности длиться во времени, жить; в таком случае зритель будет со-переживать экспонатам. Эффект «прикосновения к прошлому» будет достигнут за счет того, что зритель, в чьем сознании экспони-

¹ Цит. по *Р.Юрнев*. Сергей Эйзенштейн. Замыслы. Фильмы. Метод. Ч.1. М.: «Искусство», 1985. С.69

ТРИУМФ МУЗЕЯ?

руемые предметы отделены от современности «пылью веков», окажется в одновременности с ними. Аттракцион не просто стимулирует восприятие, он позволяет пережить образы, символы, знаки как реальность.

Возникает закономерный вопрос: насколько правомерно превращать музейный экспонат в нечто такое, для восприятия чего нужна стимуляция? Наверное, пресловутая «Мона Лиза» не нуждается ни в занавесах, ни в маршах. Но далеко не все, выставленное в музеях, соотносимо с «Моной Лизой» по силе производимого впечатления. Это особенно касается музеев и экспозиций, где акцент сделан не на предметах искусства, а на вещах – кувшинах, серьгах, берестяных рожках, осколках неолитической керамики и т.д. Такие экспозиции труднее воспринимать, особенно человеку, существующему в эпоху переизбытка визуальных образов.

Конечно, все выше сказанное применимо в основном к небольшим музеям с узкой специализацией; это упрощает сам «сценарий», по которому разворачивается музейное пространство.

Наконец, остается еще один важный вопрос: где гарантия, что посетителю запомнится экспонат, а не сам аттракцион? Где гарантия, что аттракцион за счет производимого потрясения сотрет границу между экспонатом и посетителем-наблюдателем, обеспечит переживание экспоната как реальности, одновременности, а музейного пространства – как пространства живого? Ответом на этот вопрос может стать проект конкретного аттракциона, подходящего именно для музейного пространства. Именно «аттракционизация» музея (помимо его театрализации) кажется возможным путем режиссуры музейного пространства.