

О. С. Сапанжа

Стратегии коммуникационных процессов в контексте модернизации музейной деятельности

Итоги развития музейного дела на рубеже XX-XXI веков доказали не только жизнеспособность музея как культурного института, но и зафиксировали расширение им сфер социального охвата, связанное с последовательным увеличением функций музея в современной культуре и все большей интеграцией в воспитательный и образовательный процесс. Сегодня со всей очевидностью ощущается необходимость переосмысления традиционных функций музея, расширения понятий, связанных с основными направлениями музейной работы. Одной из важнейших областей, значимой для воплощения нового понимания музея, является область музейной коммуникации. Именно в этой области сосредоточены усилия теоретиков и практиков музееведения по разработке и внедрению программ, которые позволяют говорить о практической значимости музея как социо-культурного института. Уместно говорить о том, что коммуникативная функция изначально присуща музею (более того, присутствует даже в домусейных формах) и реализуется в зависимости от специфики конкретно-исторической ситуации, диктующей цели и задачи музейной деятельности и определяющей пути реализации музеем своей миссии¹.

Для современного музееведения осмысление этого понятия и его соотнесение с задачами музейной модернизации особенно важно, так как изучение понятия «музейная коммуникация» в широком культурологическом контексте позволит не просто соотнести основные направления музейной деятельности между собой в качестве компонентов единого коммуникационного процесса, но и рассматривать их как структурные составляющие общекультурной коммуникации.

Понимание музея как особой коммуникативной системы утвердилось в отечественном музееведении достаточно давно. Во второй половине XX столетия, после того, как проблемы коммуникации были включены в русло гуманитарной проблематики, сформировалась теория музейной коммуникации как блок общей теории музееведения. В ее основе лежала идея изу-

МЕТОД

чения музея как одного из каналов историко-культурной коммуникации. Дальнейшая разработка этой идеи позволила как построить модели коммуникационного процесса в музее, так и изучить его компоненты и механизмы. В общем виде построенная модель предполагала взаимодействие участников музейного диалога, к которым были отнесены музеолог (создатель экспозиционного пространства) и посетитель (создатель смыслов)¹.

Впервые теория коммуникации как блок теоретического музееведения была выделена словацким музееведом З.Странским в 1971 году в работе, посвященной структуре музееведения². З.Странский отмечал, что через коммуникацию реализуются все итоги охранной и музейно-познавательной деятельности. В этот же период попытки определить структуру музееведения предпринимались и другими учеными: В.Хербстом, И. Кореком, И. Неуступным, И. Ян, К. Шрайнером, Т. Силяновски-Новиковой. В концепциях названных авторов не была выделена самостоятельная теория коммуникации, однако, были намечены разделы науки, изучающие методы культурно-просветительской работы. Так, И. Ян выделила две проблемные группы теоретического музееведения: музееведческие проблемы познавательно-исследовательского процесса и музееведческие проблемы познавательно-посреднического процесса, связанные с вопросами, получившими, в дальнейшем, развитие в рамках теории коммуникации. К. Шрайнер включил в основы музейной теории изучение процессов отбора, комплектования, хранения, описания и изучения предметов, экспозиции, образовательно-воспитательной работы, не структурировав многообразие проявлений му-

1 См. Напр.: *Cameron* . A viewpoint the museums as a communication system and implications for museum education// *Curator*. 1968.v.11. №1. p.33-40. *ooper-Greenhill E.A.* A new communication model for museums// *Museum languages: objects and texts*. Leicester, 1991, *Волькович А.Ю.* Музейная экспозиция как семиотическая система. Диссертация на соискание степени канд. культурологических наук. СПб., 1999.

2 См.: *Общетеоретические вопросы музееведения в научной литературе социалистических стран*. М., 1984. Позднее, развитая концепция понимания музееведения как науки со всеми присущими ей признаками (объектом, предметом, языком, структурой и т.д.) получила признание в отечественном музееведении (см.: *Странский З.* Понимание музееведения// *Музееведение. Музеи мира*. Сб. научных трудов НИИ культуры. М., 1991. С.8-26).

ТРИУМФ МУЗЕЯ?

зейного отношения к действительности¹. В отечественном музееведении признание получила концепция З. Странского. Предложенное им понимание структуры музееведения, развитое в последующих работах, позволило рассматривать теорию музейной коммуникации как значимый элемент науки.

Сегодня проблема музейной коммуникации оказывается в центре внимания специалистов, причем, спор о коммуникационной специфике музея и путях реализации его коммуникационного потенциала неотделим от общих теоретических проблем современного музееведения, последовательного рассмотрения музея как культурной формы и, соответственно, музейной коммуникации как ее структурного элемента. С другой стороны, практика музейной деятельности, улавливая общие тенденции историко-культурного развития, указывает направление теоретического поиска, определяет сферы практической деятельности, требующие осмысления и анализа. Корпус проблем, связанный с разработкой вопросов музейной коммуникации, является одним из приоритетных направлений деятельности современного музея. Многие линии развития музейной коммуникации, отчетливо проявившиеся в практической деятельности, не осмыслены теоретически. Одной из таких проблем является последовательное расширение самого понятия «коммуникация» применительно к направлениям музейной деятельности, его выведение за границы экспозиционной и музейно-педагогической работы, включение в контекст изучения всех направлений музейной работы.

Расширению понятия мешает противоречие, сложившееся в современном музееведении, связанное с ограничением самого понятия коммуникация², с одной стороны, но введением в научный оборот понятия «музей как коммуникативная система»³ с

1 Общетеоретические вопросы музееведения в научной литературе социалистических стран.- М., 1984.

2 В современном музееведении сложилась точка зрения, закрепляющая понятие «коммуникация» за отдельными направлениями деятельности, «внешними» уровнями коммуникации (экспозиция, образовательная деятельность). Между тем, «внутримузейная» работа так же является непосредственным звеном, реализующим общий музейный коммуникационный процесс.

3 Можно обнаружить ряд работ, в названии которых фиксируется понимание музея как коммуникационной системы, однако, сама структура работы построена как исследование частной проблемы или фрагмента коммуникационной деятельности музея. См, напр., *Пономарев Б.Б.* Музей как комму-

другой. Системный принцип в понимании музейной коммуникации берется, зачастую, априорно, как общая предпосылка для дальнейшего анализа отдельного фрагмента музейной коммуникации (экспозиционной деятельности, образовательных технологий, аудио-визуальной коммуникации и т.д.). Однако неоспоримый факт наличия коммуникации в музейной деятельности не является достаточным основанием для того, чтобы рассматривать музей в качестве коммуникативной системы. Необходимо доказать, что коммуникация не просто присуща музейной деятельности или реализуется в каком-то определенном направлении этой деятельности, но пронизывает все ее основные направления, является одним из важнейших параметров его феноменологии. Поэтому, если первые шаги в рамках теории коммуникации были связаны с определением базовых компонентов музейного коммуникационного процесса, то сегодня внимание исследователей должно быть обращено к расширению границ понимания музейной коммуникации, ее структурному анализу. Сформированные точки зрения на проблему музейной коммуникации показали, что необходим переход от описания и анализа частей, составляющих коммуникационный процесс, к структурированию всех основных элементов коммуникации для дальнейшего моделирования целостной структуры их взаимосвязей. Системный подход позволяет включить понятие «музейная коммуникация» в поле культурологических изысканий и рассматривать ее как структурную составляющую системы, обусловленную единством целей и уникальностью используемых инструментов¹. Все уровни музейной коммуни-

никационная система: проблемы поиска гармонизации историко-культурного и информационно-деятельностного компонентов. Диссертация на соискание ученой степени кандидата культурологии. Краснодар, 2002. Автор рассматривает весьма актуальную проблему соотношения традиции и новаторства в содержании работы музейного учреждения, выделяет шесть типов музейных учреждений, предлагающих различные варианты взаимодействия историко-культурного и информационного, технологического компонентов, однако сама проблема музея как коммуникационной системы остается «за скобками». Между тем, выработка принципов, позволяющих проследить основные пути реализации коммуникационного потенциала музея, основанного на стратегиях, позволит включать каждую частную проблему в широкий контекст исследования (музееведческий и шире - культурологический).

¹ Об использовании принципов системного подхода в изучении музейной коммуникации см.: *Сапанжа О.С.* Музейная коммуникация в пространстве

ТРИУМФ МУЗЕЯ?

кации, связанные с обработкой информации должны быть соединены в единую структуру. Если подобная структура будет создана, станет возможно говорить о музее как о коммуникативной системе.

Необходимость подобного широкого рассмотрения заявленной проблемы в последние годы все острее осознается учеными. Так, все чаще высказывается мысль о необходимости формирования единой концепции музея, позволяющей рассматривать частные вопросы, опираясь на выработанную модель музея, включающую его основные феноmenoобразующие признаки¹. С другой стороны, количественные накопления, сделанные в области изучения отдельных коммуникационных каналов механизмов музея, требуют их систематизации и перевода на уровень качественного анализа, предполагающего рассмотрение этих каналов и механизмов в качестве структурных фрагментов, образующих единое поле музейной и культурной коммуникации. Коммуникационные процессы, осуществляющиеся в музее, многомерны, включают как процессы специфически-музейной обработки информации, которая реализуется в частных направлениях музейной деятельности (фондовой, экспозиционной, образовательной и т.д.), так и процессы, позволяющие включить музейную коммуникацию в общекультурные коммуникационные процессы, связанные с сохранением и интерпретацией историко-культурного наследия, его включением в диапазон современной культуры. Существование этих каналов позволяет рассматривать музей как культурно-коммуникативную систему, определяемую взаимодействием общекультурной и специфически-музейной коммуникации. При создании структуры музейной коммуникации не менее важно так же определить методологические принципы, регулирующие ее развитие и связывающие задачи развития музея как феномена культуры с актуальными тенденциями развития современной

культуры// Российская культура глазами молодых ученых. Выпуск 14.- СПб., 2003. С.189-199. Музейная коммуникация анализируется в статье как важнейший фактор развития музея как «культурной формы», а само понятие «коммуникация» выводится за границы его толкования как инструмента реализации экспозиционной и образовательной деятельности. Коммуникация пронизывает все основные области музейной деятельности, задавая направление их развития.

¹ См.: *Калугина Т.П.* Художественный музей как феномен культуры. СПб., 2001.

культуры. Соотнести смысл музейной коммуникации с задачами модернизации музейной деятельности можно через разработку понятия «стратегии» как базовых принципов реализации коммуникационного потенциала музея. Использование подобного термина позволяет наиболее полно раскрыть специфику коммуникационной деятельности музея и соотнести процессы объективной передачи знаний и их представления в музейном пространстве.

Процесс расширения смыслового поля какого-либо понятия является закономерным для развития гуманитарного знания. Так, например, произошло расширение понятия «коммуникация» и его выведение за границы узкой сферы использования, связанной со способами сообщения информации с помощью технических средств. Смысловое поле понятия было расширено до значения передачи высказывания с одновременным расширением понятия «высказывание» и включением в него различных форм, например, музейной экспозиции. Аналогичный процесс произошел в последнее десятилетие с понятием «стратегии». Первоначальное значение стратегий как высшей области военного искусства расширилось до более крупного – руководства общественной деятельностью, и затем было включено в лексику гуманитарных исследований. Необходимость этого понятия обуславливается возможностью обозначения им широкого спектра вопросов, касающихся формулировки целей и принципов в развитии конкретных социокультурных институтов.

Необходимо отметить, что само понятие «стратегии» достаточно активно используют гуманитарные науки. Педагогика, культурология, социология прибегают к нему, при определении концептуальных ориентиров развития. Так, например, уместно говорить о стратегиях развития образования, ориентированного на все большую гуманитаризацию, когда «культура становится основой подготовки специалиста, ибо открывает широкие возможности для изучения духовного наследия, дает ориентир в жизни современного общества, определяет вектор интересов и мировосприятие личности»¹. Стратегиями социо-культурной деятельности все чаще называют формирование теоретико-методологической основы вовлечения человека в мир культуры. Стратегии современной педагогики направле-

¹ Иконникова С.Н. История культурологических теорий : учеб. пособие / С.Н.Иконникова ; СПбГУКИ. СПб., 2001. – Ч. 1. – с. 14.

ТРИУМФ МУЗЕЯ?

ны на формирование новой образовательной парадигмы и разработку подходов к основным принципам ее реализации¹. В работах, посвященных практической деятельности конкретных образовательных учреждений, можно обнаружить использование термина «стратегии» как принципов, определяющих направление приоритетных областей их развития. Применительно к музейной педагогике с недавних пор используют понятие «музейно-педагогических стратегий» как принципов создания и реализации программ, основанных на общих культурологических, образовательных концепциях². В недавних работах по теоретическим проблемам музееведения, все более отчетливо прослеживается тенденция, связанная с использованием понятия «коммуникативных стратегий», ориентированных на решение проблем взаимодействия музея и посетителя³. Таким образом, гуманитарные науки используют различные толкования термина «стратегии»⁴. Одной из значительных задач современного гуманитарного знания, как представляется, является глубокая разработка самой дефиниции понятия «стратегии», его соотнесение с понятиями «цель», «содержание», «ценностные ориентации», «принципы развития» и т.д. Необходимость такой разработки связана, в первую очередь, с интенсивным освоением понятия, его активным использованием в гуманитарных исследованиях. Интуитивное постижение дополнительной смысловой нагрузки термина, осознание его возможностей в обозначении значимых положений, связанных с определением

1 Бондаревская Е.В. Гуманистическая парадигма личностно-ориентированного образования /Е.В. Бондаревская// Педагогика. 1997. № 4. С. 11– 12.

2 Артемов Е.Г. Десять лет без права на ошибку / Е.Г. Артемов // Воспитание патриотизма, гражданственности и политической культуры средствами музейной коммуникации : материалы всероссийской научно-практической конференции (к 10-летию Детского исторического музея). 12-14 апреля 2004 года. – СПб., 2004. - С. 4 – 11.

3 Гуральник Ю.У. Музей и его посетители / Ю.У. Гуральник // Музей и его партнеры : сборник трудов творческой лаборатории «музейная педагогика» кафедры музейного дела. – М.: АПРИКТ, 2004. – Вып. 5. – С. 24.

4 К понятию «стратегии» обращаются не только гуманитарные, но и общественно-экономические науки (см. напр.: Гасратян К. Проблемы развития сферы культуры в России// Вопросы экономики.- №10.- 2003.- с.117-129. В статье сфера культуры рассматривается как *стратегический* фактор экономического и социального прогресса). Стратегии рассматриваются так же как фактор маркетинговой политики. См., напр.: Ступин Д.И. Маркетинг как стратегия вхождения общедоступных библиотек в новые экономические условия. Диссертацияканд. пед. Наук. СПб., 1998.

общих параметров какой-либо деятельности (в том числе деятельности социальных институтов) определяет положительную динамику в использовании понятия «стратегии». Однако, несмотря на то, что само понятие достаточно прочно вошло в лексику гуманитарных наук и все более последовательно связывается с формированием общих принципов развития направлений какой-либо деятельности, не существует работ, посвященных лингвистическому анализу понятия и его возможностей в гуманитарных науках, а так же перспектив расширения его смыслового поля.

Чаще всего стратегии рассматривают как совокупность принципов, на основе которых осуществляется практическая деятельность, как общие, исходные положения, необходимые для реализации прикладных программ в той или иной области. Однако часто это понятие связывается и с методической организацией процесса обработки социально-значимой информации. Правомерность использования подобного термина в музееведении так же обусловлена разноаспектностью его толкования. Так, одно из значений стратегий, связано с «искусством планирования какой-либо деятельности», а так же с последовательно реализуемым общим планом. Понятие «стратегический» рассматривается как «содержащий общие, основные установки, важные для подготовки и осуществления чего-либо»¹. В подобном значении термин «стратегии» может быть использован применительно к области музейных коммуникаций, подразумевая те основные принципы, которые определяют направление и динамику процессов. Важно отметить, что в исследованиях последних лет понятие «стратегии» используется все чаще и все более прочно связывается с двумя проблемами. Более широкое толкование связано с обоснованием общих философско-теоретических посылок, определяющих направления развития методологических разработок, более узкое представляет искусство планирования деятельности, связанное с созданием самой методологии реализации общих посылок. Существенным недостатком такого использования является «неразведенность» двух контекстных смыслов понятия, допускающее

¹ Подобные толкования слова предлагают толковые словари. См., напр.: Современный толковый словарь русского языка/ Гл.ред. С.А.Кузнецов.- СПб: «Норинт», 2002, с.802. Схожие толкования приведены в других словарях (напр., Большой толковый словарь/ Гл. ред. С.А.Кузнецов.- СПб.: «Норинт», 2000.- с.1277).

ТРИУМФ МУЗЕЯ?

его двойное понимание, и затрудняющее его дальнейшее использование в научном языке той или иной области гуманитарного знания¹. Между тем, интенсивность использования понятия «стратегии» требует определения смыслового поля, ограничивающего это понятие. Наиболее логичной представляется связь этого понятия с понятием «коммуникация». Именно их комбинация позволяет, как определить суть самих стратегий, так и последовательно связать их с основными направлениями деятельности музея. Использование этого понятия позволит анализировать своеобразие музейной коммуникации и основные варианты ее проявления в едином проблемном поле. Расширение функций музея, его активная интеграция в социальную среду, определяет необходимость осмысления многообразных проявлений музейной коммуникации в структуре общих принципов.

При понимании музея как глубоко укорененной в культуре формы, необходима разработка двух блоков, связанных с понятием «стратегии»:

- стратегии взаимодействия культуры и музея (расширенные стратегии)
- стратегии реализации функциональных задач культуры в музее (узкие стратегии).

Подобное «разведение» продиктовано логикой использования понятия «стратегии» в современной культурологической и

¹ Обозначим два возможных толкования понятия «стратегии»: - *Расширенное толкование связано со сферой формулирования и обоснования общих установок, важных для реализации узких стратегий, ориентированных на планирование практической деятельности.* Применительно к расширенному толкованию уместно говорить о тех посылках, которые формируются в теоретических блоках соответствующих дисциплин то есть затрагивают проблемы изучения и анализа сложившихся в обществе парадигм развития, влияющих на осуществление практической деятельности. На уровне стратегий происходит трансформация этих установок применительно к специфике музейной деятельности, в ходе которой анализируется место музея в современной культуре, его возможности в реализации общих принципов. - *Узкое толкование связано с искусством планирования той или иной деятельности.* Речь в данном случае идет об умении четко формулировать целевую установку этой деятельности (в данном случае - деятельности конкретного музея), обозначить инструменты ее реализации и основные этапы ее достижения. реализации программы, задают ее стратегические ориентиры.

музееведческой литературе, выделением двух смысловых пластов, оформляющих его узкое и широкое толкование.

Первый тип стратегий (расширенные стратегии) связан с оформлением общих установок, определяющих цели музейной работы. Стратегии этого типа позволяют проанализировать тенденции развития музея как социального института и обозначить ряд исторически сложившихся задач музея. Так же они связаны с анализом тенденций современного развития и разработкой целевых установок, которые должны быть достигнуты в процессе осуществления музейной коммуникации на уровнях. Основными принципами реализации стратегий первого типа являются принципы взаимообусловленности развития исторических форм особого отношения человека к действительности (домузейное, музейное, внемuseumное собирательство) и ценностных ориентаций эпохи, подчиненности основных направлений музейной деятельности общим тенденциям культуры. Основной характеристикой этих принципов является их открытость, обращенность к проблемам историко-культурного развития.

Задача стратегий первого типа – переадресовать основные положения, значимые для культуры определенного этапа, уровня коммуникации, на которых реализуются процессы, связанные с обработкой информации специфическими музейными средствами. Стратегии первого типа задают вектор реализации стратегий второго типа (узкие стратегии), который связан с искусством планирования музейной деятельности в каждом конкретном сегменте музейной коммуникации. Соответственно, каждый из уровней коммуникации, в зависимости от специфики присущих ему средств, конструирует наиболее эффективные методики реализации задач, определенных в рамках стратегий сфер. Речь идет о совершенствовании методов фондовой работы с целью большего раскрытия информационного потенциала предмета, о путях расширения методов организации экспозиционного пространства, о поиске новых технологий музейно-педагогической работы и т.д. Частные достижения в области коммуникационных процессов уровней и общие послышки, связанные с формированием парадигм развития гуманитарной культуры, пересекаются и имеют своим результатом концепции развития музеев как итог совместных усилий по осуществ-

ТРИУМФ МУЗЕЯ?

лению задач метасистемы культуры с использованием специфических музейных средств.

Таким образом, можно утверждать принцип взаимообусловленности стратегий коммуникационных процессов первого и второго типов, соединяющих исторические функции музея и перспективные направления его развития. Оба предложенных толкования можно обнаружить в теоретической мысли музееведения и в практической деятельности конкретных музеев. Так, например, формулирование новой гуманистической парадигмы личностно-ориентированного образования можно отнести к использованию расширенного толкования стратегий. Необходимость формирования этой новой парадигмы определяется изменением самого типа мышления, направленного на переход от императивного подхода к гуманному, требующему раскрытия личностной значимости учения. Очевидно, что в данном случае речь идет об анализе социокультурной ситуации, выявлении значимых тенденций развития и формулировании общих положений, призванных повлиять на разработку конкретных программ, которая осуществляется на уровне искусства планирования определенной деятельности (то есть на уровне узкого толкования стратегий). Опираясь на общие теоретико-методологические положения, строятся конкретные программы. Так, концепция перехода от учебно-дисциплинарной модели к личностно-ориентированной (проанализированная в рамках расширенных стратегий) определила специфику разработки программ конкретных музеев. Например, на базе музея Исаакиевский собор проводится социально-педагогический эксперимент с целью обеспечения реализации культурно-созидательного потенциала историко-мемориальных музеев и их включения в систему нравственно-эстетического и историко-патриотического воспитания подрастающего поколения¹. Формулирование этой целевой установки и разработка принципов ее реализации является областью, связанной с узким значением понятия «стратегии».

Поскольку реализация музейного потенциала и осуществление функциональных задач происходит в поле интенсивного коммуникационного взаимодействия, необходимо соотнести понятие стратегий с коммуникационной спецификой деятель-

¹ Бутиков Г.П. Ариарский М.А. Сохранение и обогащение национально-культурных традиций россиян // Педагогика. 1998. № 7. С. 54 – 62.

МЕТОД

ности музея, с одной стороны и общими задачами развития культуры с другой, проанализировав, таким образом, принципы практической реализации стратегий коммуникационных процессов в современном музее как основу его модернизации.