

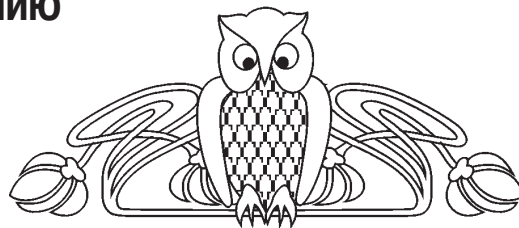


УДК 069+316.472

ФИЛОСОФСКИЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ МУЗЕЙНОГО ЭКСПОНАТА

Е. А. Петрунина

Петрунина Екатерина Алексеевна, аспирант кафедры философии культуры и культурологии, Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского, cat.petrunina@yandex.ru



Статья посвящена рассмотрению применения методов феноменологии при анализе социокультурного феномена музея. Феноменология музея – методологический подход, применяемый в философском анализе музея. Основным предметом исследования является музейный экспонат, для изучения которого задействуется социально-философский подход. Вещь-экспонат является необходимой составляющей культурного пространства музея. Отмечается, что при помещении в учреждение культуры она наделяется особым онтологическим статусом. Семиотически незначительный в повседневной жизни предмет в пространстве музея приобретает новое сакральное значение: более высокую значимость для общества. Однако для того чтобы вещь стала символом, ее смысл должен быть определенным образом структурирован и организован. Пространство музея предстает как место смыслов и направляет человека в поиске сакральной составляющей материи. Экспонат же является основой взаимодействия между сотрудником учреждения культуры и посетителем как представителями различных социальных ролей. Коммуникация между ними осуществляется с целью передачи сохраненного музеем культурного опыта, а также для трансляции традиций, ценностей и идей. Стремление к подобного рода коммуникации исходит от общества и предназначено для него самого.

Ключевые слова: музей, социально-философский анализ, феноменология музея, феномен музея, знак, символ, пространство, вещь, ценность.

DOI: 10.18500/1819-7671-2018-18-2-158-161

Феноменология музея – методологический подход, который может применяться в философском анализе музея. В настоящее время в научных исследованиях раскрываются лишь некоторые аспекты данной темы, а также задействуется методология этого философского направления для рассмотрения данного учреждения культуры. Особый интерес вызывают философские подходы к исследованию музея как социокультурного феномена.

Феноменология музея, базируясь на философской феноменологии, стремится выявить его сущность путем исследований, над которыми не довлеют искажающие научные и общепринятые установки и традиции. Феноменология музея требует схватывания не уникальных черт, которыми наделялись музеи в различные истори-

ческие периоды, а того общего, что присутствовало во всех этих учреждениях. Так, «известные типологии музея (музеев) находятся на грани классификации его явлений и выяснения тех признаков, принадлежащих каждому из типов, в которых явлена сущность музея как такового» [1, с. 35].

В соответствии с методологией феноменологии важным является изучение и рассмотрение сущностей. Применительно к музею имеются два направления исследования: либо рассмотрение сущности самого музея, либо изучение музея как проявления совокупности аспектов, так как музей, объединяя в себе эстетические представления и ценностные установки общества, является их хранителем и распространителем и, соответственно, может стать проявлением их сущности.

Феноменология – это также философия, которая помещает «сущности в экзистенцию и полагает, что человек и мир могут быть поняты лишь исходя из их “фактичности”» [2, с. 5]. Стоит отметить, что при феноменологическом рассмотрении объект всегда «уже тут» и следует лишь отыскать с ним контакт без тех наслоений, которые приносит с собой рефлексия. Именно подобный подход придает объекту социально-философский статус. В этой связи методы феноменологии могут быть применены для социально-философского изучения артефактов культуры, представленных на выставках и экспозициях в качестве экспонатов.

Обращаясь к материально-предметному миру музейных коллекций, мы изучаем вещи, рассматриваем их смысловое наполнение. Вещь заключает в себе материю, форму, причину и целесообразность. Вещь является необходимой составляющей музейного пространства, но также она есть то первичное, с чем взаимодействует человек в мире. Адаптация и социализация основываются на соприкосновении и познании предметного пространства. Материальная реальность, довлеющая над нами, познается опосредовано, через социально-культурный



опыт, через семиотическое восприятие вещей. Знаково-символическая система несет в себе как социальный консенсус относительно онтологического статуса предмета, так и индивидуальную составляющую в его интерпретации как знака.

Приходя в музей, человек «попадает в пространство установившихся значений и смыслов, в том числе и их материальных проявлений» [3, с. 3]. Согласно методам феноменологии важным является постижение сущности самой вещи, что и представляет учреждение культуры, которое стремится сохранить наиболее полно материально-предметный мир. Однако, когда мы помещаем вещь в пространство музея и обращаем на нее пристальное внимание, возникает обратная ситуация: мы стремимся не «назад к самим вещам!», а к тем социальным представлениям, которые существуют относительно них. Именно музей наделяет каждую вещь, показанную на выставке или представленную в экспозиции, особым онтологическим статусом, раскрывает заложенные в ней смыслы и находит новые значения. Даже незначительный в семиотическом плане предмет в пространстве музея приобретает новый сакральный статус. Такая вещь наделяется своей историей, а также объясняется ее значимость для социума. Отныне она бережно хранится в фондовой коллекции и экспонируется на выставках. Для изучения подобной вещи в большей степени подойдут методы социально-философского анализа, так как смогут наиболее полно раскрыть заложенные в ней обществом смыслы.

Отличительной особенностью музейной вещи является то, что, «попадая в музей, она вырывается из контекста своего бытования. Отрванная от него, она все же становится символом и знаком этого контекста, но одновременно включается во множество других контекстов» [4, с. 8]. Однако для того чтобы вещь стала символом, ее смысл должен быть определенным образом структурирован и организован. Символ заключает в себе упорядоченные идеи и образы, а смысл есть нечто более обобщенное. Для того, чтобы музейная вещь стала символом, необходимо ей дать смысловое наполнение, а потом его идейно-образно структурировать.

Символ проявляется посредством выражения через знаковость. Именно знак является тем определяющим моментом, в котором фиксируется символ. Но для приобретения вещью символической личности необходим не профанный взгляд на нее, а поиск глубинных сакральных смыслов. В них закладывается и проявляется внутренняя жизнь предмета. Для раскрытия внутреннего следует

внимательно относиться к внешнему, взглянуть на вещь, предполагая увидеть ее семиотическую составляющую. В повседневной жизни, переполненной предметами материального мира, обратиться к идейно-образной форме вещи не всегда возможно. Пространство музея, которое предстает как место смыслов, подталкивает и направляет человека в поиске сакральной составляющей материи. Э. Гуссерль отмечал, что «мир для меня – не просто мир вещей, но – в той же самой непосредственности – и мир ценностей, мир благ, практический мир» [5, с. 251]. Продолжая мысль немецкого философа, можно отметить, что музей предстает как «месседж», как трансляция особого социального кода, в котором заключены важные для общества ценности, символы, значения, смыслы и традиции, которые, в свою очередь, выражены посредством мира вещей. Послание исходит от общества и предназначено для него самого. Так, музейное пространство объединяет в себе знаково-символическую и материально-предметную составляющие. Мир идей, важных для социума, заключен в мире вещей, созданных человечеством, идеальное сокрыто в материальном.

Хочется особо отметить, что в музеях есть экспонаты, которые изначально создавались для демонстрации в учреждениях культуры: парадное одеяние и оружие, живописные полотна, скульптуры и т. д. Подобные предметы тоже претерпевают трансформации, ведь они помещаются в особый контекст художественных и искусствоведческих размышлений. Отныне они служат на благо общества, для целей социализации. Эти вещи пристально изучаются, они получают художественную и эстетическую оценку. Их соотносят либо с эпохой создания, либо с личностью творца, либо воспринимают целостно, но в отрыве от исторического контекста.

Бытие вещи в музее всегда открыто для социума и научного сообщества, для педагогических и просветительских целей, для научных исследований. Экспонат, постигаемый коллективно и индивидуально, лежит в основе многочисленных коммуникационных связей. Он является фундаментом взаимодействия между сотрудником музея и посетителем, которые выполняют необходимые социальные роли, требующиеся для передачи и распространения важной культурной информации в обществе. Коммуникация основывается на предметном мире, представленном в пространстве учреждения культуры. Музейная вещь постигается и продуцируется на профанном и сакральном уровнях. Заметим, что это сложный и многогранный процесс, требующий



социально-философского анализа. Стоит начать с того, что каждый музейный предмет изучается работниками учреждения культуры: рассматривается его история, собираются авторитетные и научные сведения о нем. Итогом исследовательской работы является официальное описание и заключение по занесенному и помещенному в фонды музея предмету. Отныне вещь выходит на новый сакральный уровень в восприятии социума и государства. Простой предмет становится социальным посланием, артефактом какой-либо эпохи, наделяется особым правовым статусом, а также соотносится с определенной культурой, но при всем при этом он уникален и именно поэтому достоин храниться в музее и изучаться научным сообществом. В бытие вещи, вследствие ее сакрализации, появляется точно выраженная граница, разделяющая ее существование до музея и в нем.

Следующий уровень – это взаимодействие посетителя и экспоната. Обычный реципиент взаимодействует с предметным миром на уровне повседневного сознания. Он схватывает лишь поверхностные смыслы и не пытается проникнуть в логику внутреннего развития вещей. В пространстве же музея такой посетитель осознает семиотическую наполненность представленных на экспозициях и выставках экспонатов, их сакральную значимость. Музей создает условия для осознания того, что «вещный» уровень не исчерпывает суть вещи и что она включена и в иную сферу – духовного. «Человеческое» в вещи – в той ауре духовности и душевности, которыми человек добровольно и свободно делится с вещью, как бы умалаясь и снисходя к ней <...> человек выигрывает в том, что распространяет «человеческое» и вне себя, с тем чтобы и вещь могла теперь свидетельствовать о нем и с большим правом включиться в процессы формирования ноосферы» [6, с. 93]. Это особое взаимодействие человека и вещи лежит в основе культуры: человек, заложив в предмете «человеческое», сам же потом обращается к нему. Как отмечают Е. В. Листвина и С. М. Фролова, стремление соответствовать идеалу-образцу «является специфической формой человеческого существования, так как соответствие определенному идеалу наделяет смыслом каждодневное

бытие человека в повторяющейся рутине повседневного бытия» [7, с. 54].

Оказывать содействие во взаимодействии посетителя с музейными предметами должен сотрудник этого учреждения, на которого обществом возложена роль посредника между человеком и экспонатом. Сотрудник-экскурсовод обладает необходимыми знаниями и навыками для раскрытия семиотического значения музейного предмета. Его содействие должно помочь и заинтересовать посетителя в самостоятельном поиске и изучении информации, вызвать желание вновь вернуться к тем экспонатам, которые привлекли внимание во время экскурсии. В музее посредством таких социальных ролей, как посетитель и сотрудник-экскурсовод, осуществляется акт коммуникации, квинтэссенцией которого является передача знаний, накопленных социумом, их распространение и сохранение в обществе.

Музей феноменологически предстает перед человеком и обществом как особый способ бытия социальной памяти, хранения и сакрализации предметного мира людей. Он создан обществом и существует для него самого, сохраняя материально-предметный мир и его знаково-символическую составляющую.

Список литературы

1. Ларионов И. Ю. Прологомены к феноменологии музея // *Studia culturae*. 2011. № 11. С. 35–42.
2. Мерло-Понти М. Феноменология восприятия. СПб., 1999. 608 с.
3. Муштей Н. А. Способы бытийствования вещей : модели и динамика : автореф. дис. ... канд. философ. наук. Саратов, 2013. 23 с.
4. Пиотровский М. Б. Философия музейного дела // *Вестн. СПбГУ. Сер. 6. Политология. Международные отношения*. 2006. № 1. С. 7–10.
5. Гуссерль Э. Идеи к чистой феноменологии и феноменологической философии. Кн. I // Гуссерль Э. Избранные работы. М., 2005. С. 241–282.
6. Топоров В. Н. Вещь в антропоцентрической перспективе // *Aequinox, МСМХСШ. М.*, 1993. С. 70–94.
7. Фролова С. М., Листвина Е. В. Идеологические аспекты повседневного бытия общества // *Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Философия. Психология. Педагогика*. 2017. Т. 17, вып. 1. С. 52–55. DOI: 10.18500/1819-7671-2017-17-1-52-55.

Образец для цитирования:

Петрунина Е. А. Философские подходы к исследованию музейного экспоната // *Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Философия. Психология. Педагогика*. 2018. Т. 18, вып. 2. С. 158–161. DOI: 10.18500/1819-7671-2018-18-2-158-161.



Philosophical Approach to the Study of a Museum Exhibit

E. A. Petrunina

Ekaterina A. Petrunina, Saratov State University, 83, Astrakhanskaya Str., Saratov, 410012, Russia, cat.petrunina@yandex.ru

The article examines issues of phenomenology of the museum. The phenomenology of the museum is a methodological approach in the philosophical analysis. The main subject of research is a museum exhibit for the study of which a socio-philosophical approach is involved. In the article it is noted that the thing-exhibit is a necessary component of the cultural space of the museum. The author notes that the thing of the institution of culture acquires an ontological status and its own history. A semiotically insignificant object in the daily life in the museum acquires a new sacred meaning. It acquires a higher significance for society. However, in order for a thing to become a symbol, its meaning must be structured and organized in a certain way. Attention is drawn to the fact that the museum becomes a place of meaning and helps a person to find sacred meanings. Much attention is given to social roles played by museum staff and visitors. The exhibit is the basis of interaction between the employee of the cultural institution and the visitor, as representatives of different social roles. Communication between them occurs in order to convey cultural experience, traditions, ideas and values. This communication comes from society and is designed for him.

Keywords: museum, socio-philosophical analysis, phenomenology of museum, symbol, space, time, thing, value.

References

1. Larionov I. Yu. Prolegomeny k fenomenologii muzeya [Prolegomena to the phenomenology of the Museum]. *Studia culturae* [Studia culturae], 2011, no. 11, pp. 35–42 (in Russian).
2. Merleau-Ponty M. *Phenomenologie de la perception*. Paris, 1945. 474 p. (Russ. ed.: Merleau-Ponty M. *Fenomenologiya vospriyatiya*. St. Petersburg, 1999. 608 p.).
3. Mushtey N. A. *Sposoby bytiystvovaniya veshchey: modeli i dinamika* [The ways of being of things: models and dynamics: Thesis. Diss. cand. sci. (Philos.)]. Saratov, 2013. 23 p. (in Russian).
4. Piotrovskiy M. B. *Filosofiya muzeynogo dela* [Philosophy of museumology]. *Vestn. Sankt-Peterburskogo gos.un-ta. Ser. 6. Politologiya. Mezhdunarodnye otnosheniya* [Vestnik of Saint-Petersburg University. Ser. 6. Political science. International relations], 2006, no. 1, pp. 7–10 (in Russian).
5. Husserl E. *Ideen zu einer reinen Phänomenologie und phänomenologischen Philosophie*: in 3 B. Den Haag, 1976. Erstes Buch. 476 p. (Russ. ed.: Husserl E. *Idey k chistoy fenomenologii i fenomenologicheskoy filosofii*. In: Husserl E. *Izbrannyye raboty*. Moscow, 2005. Kn. 1, pp. 241–282).
6. Toporov V. N. *Veshch v antropotsentricheskoy perspektive* [The thing in an anthropocentric perspective]. In: *Aequinox*, MCMXCIII [Aequinox, MCMXCIII]. Moscow, 1993, pp. 70–94 (in Russian).
7. Frolova S. M., Listvina E. V. *Ideologicheskie aspekty povsednevnogo bytiya obshchestva* [The ideological aspects of the everyday life of society]. *Izv. Saratov Univ. (N. S.), Ser. Philosophy. Psychology. Pedagogy*, 2017, vol. 17, iss. 1, pp. 52–55 (in Russian). DOI:10.18500/1819-7671-2017-17-1-52-55.

Cite this article as:

Petrunina E. A. Philosophical Approach to the Study of a Museum Exhibit. *Izv. Saratov Univ. (N. S.), Ser. Philosophy. Psychology. Pedagogy*, 2018, vol. 18, iss. 2, pp. 158–161. DOI: 10.18500/1819-7671-2018-18-2-158-161.