

https://doi.org/10.31516/2410-5333.054.16

УДК 069.01

А. О. Сошніков, доктор філософських наук, доцент, Харківська державна академія культури, м. Харків

<http://orcid.org/0000-0002-3019-5131>

soshnikov7272@mail.ru

МУЗЕАЛІЗАЦІЯ ЯК ПРОЦЕС ПЕРЕТВОРЕННЯ РЕЧІ НА МУЗЕЙНИЙ ПРЕДМЕТ

Визначено поняття музейний предмет і класифіковано його види. Виокремлено основні критерії, завдяки яким річ набуває статусу предмета музейного значення: часовий фактор, зміна контексту початкових значень, девальвація утилітарної або естетичної значущості речі, нова цінність старих речей, надання їм нових смислів. Розглянуто основні етапи наукової атрибуції музейного предмета (визначення назви, місця створення, інвентарного номера, джерела надходження тощо). Означено основні властивості музейного предмета: інформативність, атрактивність, експресивність, репрезентативність.

Ключові слова: музеалізація, музей, музейний предмет, предмет музейного значення.

А. А. Сошников, доктор философских наук, доцент, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

МУЗЕАЛИЗАЦИЯ КАК ПРОЦЕСС ПРЕВРАЩЕНИЯ ВЕЩИ В МУЗЕЙНЫЙ ПРЕДМЕТ

Определено понятие музейный предмет и классифицировано его виды. Выделены основные критерии, благодаря которым вещь приобретает статус предмета музейного значения: временной фактор, изменение контекста первоначальных значений, девальвация утилитарной или эстетической значимости вещи, новая ценность старых вещей, приписывание им новых смыслов. Рассмотрены основные этапы научной атрибуции музейного предмета (определение названия, места создания, инвентарного номера, источника поступления и т. д.). Поданы основные свойства музейного предмета: информативность, атрактивность, экспрессивность, репрезентативность.

Ключевые слова: музеализация, музей, музейный предмет, предмет музейного значения.

A. O. Soshnikov, Doctor of Philosophical Sciences, Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

MUSEULIZATION AS A PROCESS OF TRANSFORMING A THING INTO A MUSEUM SUBJECT

The aim of this paper is to reveal the mechanisms of musealisation as a process of turning things into a museum subject.

Research methodology. Four major publications on this issue were considered. The theoretical basis for the research generalizations of this article

was the concept of the musealisation of the artifacts by P. van Mensch, the linguosemiotic theory of F. de Saussure, the classification of “heterotopy” by M. Foucault.

Results. The definition of a museum object is given and the classifications of its species are carried out. The main criteria by which a thing acquires the status of an object of museum value are highlighted: the time factor, the destruction of the context of the original values, the devaluation of a utilitarian or an esthetic significance of the thing, the new value of old things, the attribution of new meanings to them. The main stages of the scientific attribution of a museum object (the definition of the name, the place of creation, inventory number, source of income, etc.) are considered. The basic properties of the museum object are determined: informative, attractive, expressive, and representative.

Novelty. The author suggests a new approach to the simulation of an approximate scheme of the scientific attribution of a museum subject, the logic of its scientific description and the introduction into the museum space.

The practical significance. The established scheme of the scientific attribution has enabled to describe the museum subject, preparing it for the introduction into the museum space.

Keywords: *museulization, museum, museum object, object of museum value.*

Постановка проблеми. Музей – це особлива сфера культури, у якій основою формування духовних цінностей слугують предметні результати людської діяльності. Загальні контури культури й актуальність людського існування у своїх визначеності та конкретності зумовлюються речовим світом. Простір і час як окремої людини, так і цілих цивілізацій набувають свого втілення в речах.

Музей – особливий простір, що виокремлюється зі світу повсякденності. Похід до музею – це зустріч з позачасовими смислами. Невипадково М. Фуко долучає музей до переліку «гетеротопій» – особливих просторів, що існують за власними законами, протиставлені звичному порядку речей і перебувають в особливих взаємовідносинах із часом (Фуко, 2006, с. 191–204).

Музей як соціокультурний інститут інтегрує різні види діяльності людини, візуалізуючи сприйняття, долучаючи людину до «спілкування» з експонатом, річчю – представником іншої культури, оригіналом минулої епохи. Об'єкти природи, письмові, образотворчі або речові матеріали, кінофільми, фотографії та ін., що зберігаються в музеї, визначаються терміном «музейні предмети».

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичною основою для дослідницьких узагальнень статті стали концепції музеалізації артефактів П. ван Менша (2014), лінгвосеміотична теорія Ф. де Сосюра (2004), класифікація М. Фуко (2006).

Мета статті – виявити способи музеалізації, завдяки яким відбувається перетворення речі на музейний предмет.

Виклад основного матеріалу дослідження. Музейні предмети — предмети, вилучені з оригінального (первинного) контексту й долучені до музейного простору для того, щоб документувати там ту реальність, з якої їх вилучено. Види музейних предметів надзвичайно різноманітні, кількість їх немала, зокрема:

- речові — знаряддя праці, інструменти, зброя, одяг, прикраси, предмети побуту;
- письмові — рукописи, документи, перші видання книг, журналів, газет, листівок, прокламацій, афіш тощо;
- нумізматичні — зібрання монет, медалей, жетонів, значків;
- художні — оригінальні твори живопису, графіки, скульптури, прикладного мистецтва, різні види народної творчості — різьблення по дереву, кістці, каменю, художні вишивки;
- природно-історичні — зразки матеріалів, ґрунтів, колекції рослин, опудала звірів, мокрі й сухі зоологічні препарати;
- науково-технічні — зразки технічних об'єктів (інструментів, машин, деталей обладнання тощо), а також документація про винаходи;
- меморіальні — найрізноманітніші предмети, пов'язані з тією чи іншою видатною особистістю.

Для того, щоб набути статусу музейного предмета, об'єкти природи або матеріальні результати людської діяльності повинні зазнати немало послідовних маніпуляцій, під час яких їх готують для тривалого зберігання й експонування в музеї. Збереження об'єктів нині передбачає збереження їх для майбутнього. Отже, і надалі слід очікувати на визнання цінності автентичного об'єкта. Зазвичай передбачається: збереження в музеологічному контексті триватиме вічно і, незважаючи на неминуче пошкодження предметів, які зберігаються в музеї, предмет, колись придбаний, повинен завжди залишатися в музейному зібранні.

Колекціонуючи предмети, колекціонується інформація. Збереження предметів означає збереження вкладеної в них і з ними пов'язаної інформації.

Передусім музейні співробітники знаходять предмети музейного значення, тобто ті, що мають наукову, художню, історичну чи меморіальну цінність. Подібні предмети зазнали певних «біографічних» етапів побутування: використання, «девальвації», набуття нової цінності, музеалізації.

Зміна значення предмета як результат його музеалізації — комплексний феномен, який зрозумілий тільки у зв'язку з урахуванням усіх значень і смислів, які предмети можуть мати в певному суспільстві. У кожному контексті існує свій набір соціально й культурно зумовлених ролей. Предмети не мають «вродженої» цінності, вони цілком і повністю

залежать від виконання ними певних функцій. Більше того, часто предмети можуть мати негативну цінність: вони займають місце, на них доводиться витратити час, енергію та гроші, які можуть бути витрачені для інших цілей (Менш, 2014, с. 177).

У своїй семіотичній теорії Ф. де Сосюр (2004) розрізняв «що означає» та «що означається». «Що означає» пов'язано з матеріальною формою; «що означається» — належить до сенсу. Сенс залежить від інтерпретатора. Без інтерпретатора знака не існує: ми бачимо речі не такими, якими вони є, а такими, якими вони сприймаються нами. Сенс — у свідомості людини, а не у формі самої речі (Сосюр, 2004, с. 39–43). У цьому разі доцільно розрізнити «задуманий» предмет та «предмет, що сприймається». «Задуманий» предмет пов'язаний із фактичною ідентичністю, це сукупність смислів, які мав творець предмета. Необов'язково, що ці самі смисли будуть у того, хто згодом стане використовувати цей предмет («предмет, що сприймається»). «Предмет, що сприймається» пов'язаний з актуальною ідентичністю.

Більшість предметів — не зовсім те, що ми про них думаємо. Потрапляючи в музей, предмет більше не є тим самою предметом, яким він був раніше, він стає моделлю, вилученою зі світу реальності. Щодо цього К. Хадсон зазначив: «Тигр у музеї — це не тигр, а тигр у музеї» (Мересс, 2014, с. 9).

«Біографічні» етапи побутування предмета свідчать про трансформацію речі в культурологічному контексті. Будь-який предмет є артефактом тієї чи іншої епохи, конкретної дійсності, у якій його створено, тому має її певні характеристики. Коли епоха зникає, предмет, породжений нею, зберігає інформацію про неї. У процесі музеалізації (або антикваріатизації) реконструюється минуле предмета з моменту виробництва й подальшого використання, відтворюється його біографія.

Біографія предметів музейного значення починається з виробництва. Перший контекст їх використання — утилітарний — це «контекст початкових значень і первинних функцій». Це означає, що предмети безпосередньо становлять стилістичну єдність зі своїм часом, тожотні йому. У першому утилітарному контексті речі відповідають естетичним поглядам епохи (твори мистецтва), уявленням про комфорт (предмети побуту), відображають останні досягнення техніки (технічні пристосування). Культурні предмети використовувалися за прямим призначенням — для здійснення релігійного культу. Предмети побуту безпосередньо використовували представники епохи, а також ті соціальні верстви, для яких їх первинно було виготовлено.

Девальвація предмета пов'язана з трансформацією його колишніх функцій. Зміна смаків, моди, технічний прогрес можуть призвести до

так званого функціонального розпредметнення здобутків попередніх епох. Старі побутові предмети, для яких утилітарна функція була основною, а естетична — супутньою, можуть повністю втратити утилітарну функцію. Також багато предметів набувають особливої естетичної цінності та привабливості для колекціонерів, перетворюються на об'єкт колекціонування, стають новими символами високого соціального становища власника, набувають статусу музейних та антикварних предметів, тобто інших ціннісних ознак: культурних, естетичних, соціальних, особистісних тощо. Під час надходження до музею об'єкти приймають співробітники на облік і зберігання, а потім, за можливості, повністю науково опрацьовують.

Наукова атрибуція — виявлення основних ознак музейного предмета: назви, призначення, форми, конструкції, матеріалу, розмірів, техніки виготовлення, авторства, хронології й географії створення та побутування предмета. Під час атрибуції визначається зв'язок музейного предмета з історичними подіями або особами, певним етнічним середовищем, розшифровуються написи, клейма, марки, інші знаки, нанесені на предмет, ступінь збереження предмета й опис його пошкодження. Ця процедура вможливає повну характеристику музейного експоната та надає відповіді на багато питань, наприклад, для чого призначений предмет; з якого матеріалу він виготовлений; коли, де і ким виготовлено; техніка виготовлення; соціальна належність.

Головна вимога атрибуції — уміння чітко, зрозуміло, детально, із значенням характерних особливостей описати предмет, щоб сформувався повне уявлення про нього. Виконання атрибуції може передбачати не лише безпосереднє вивчення експоната, а й залучення безлічі додаткових джерел: каталогів; довідників; енциклопедій; консультування з фахівцями тощо. Під час атрибуції музейних предметів слід дотримувати певних принципів.

1. Назва. Зазначаючи найменування предмета, спочатку потрібно використовувати іменник, а потім (за необхідності) пояснення (грамота почесна, чашка кавова, тарілка декоративна, книга художня, іграшка-свистулька «Вершник», зошит учнівський тощо). Якщо предмет має місцеві особливі назви, їх указують у дужках: глечик (корчажка), намиста (прутики) тощо.
2. Місце створення, побутування, події. Географічні назви надаються в історичній формі відповідно до періоду створення предмета.
3. Інвентарний номер.
4. Джерело надходження (відоме чи ні).
5. Справжність (оригінал або копія).

6. Наявність легенди. Під легендою розуміються історія походження предмета, належність видатним особам, зв'язок із краєм, певними подіями, додаткова інформація про автора, творця, власника предмета. Слід зафіксувати всю інформацію, яка в подальшому допоможе під час створення екскурсій, етикетажу та атрибуції предмета.
7. Написи, клейма, геральдичні знаки (копіюються в описі один до одного зі збереженням орфографії й пунктуації оригіналу).
8. Матеріал. Перелічуються матеріали, що становлять основу предмета (мідно-нікелевий сплав, чавун, бавовна, полотно, фаянс, сосна, груша, дуб), техніка створення (ручне шиття, вишивка, чеканка). Якщо немає можливості точно визначити назву матеріалу та техніки, надаються загальні відомості (метал, тканина, дерево, папір, кераміка).
9. Техніка виконання, спосіб виготовлення.
10. Розміри позначаються в сантиметрах та міліметрах; довжина, висота, ширина, глибина, діаметр. Винятком є тільки параметри монет. Зазвичай, спочатку зазначають вертикальний розмір, потім горизонтальний, наприклад, для посуду — висота виробу, діаметр її денця, діаметр горлечка; для предметів одягу — довжина виробу, ширина плечей (якщо це плечовий виріб), ширина спідниці; для іграшки — висота; для картини в рамці — параметри без рамки, потім розміри в рамці тощо.
11. Форма і пристрої (слід звернути увагу на складні предмети з кількох деталей). Якщо предмет має складну форму, описується кожна окрема частина.
12. Стисла характеристика предмета (опис, до якого можуть належати пункти 10, 12–14). Зазначаються всі його ознаки: форма; колір; матеріал; конструктивні особливості; зображення; структура; художній стиль; написи, клейма та ін.
13. Стилiстичні особливості (важливо для творів мистецтва).
14. Призначення предмета.
15. Час і місце створення. Датування предмета може бути точним (дата видання книги, фотографічного знімка) або приблизним — для предметів археології, етнографії, деяких предметів побуту (іноді точна дата невідома, тоді слід виконати власне атрибуцію — визначити дату створення за статистичними особливостями й опосередкованими даними).
16. Авторство. Зазначають того, хто виготовив експонат (художник, письменник, укладач або ж підприємство-виробник).
17. Належність конкретній особі (важливо для меморіального предмета).

18. Збереження. У разі будь-яких пошкоджень музейного експоната складається їх перелік з конкретизацією: пошкоджено міллю, не забруднено, інше.

У музеї головним є не функціональне, а суспільне значення предмета як пам'ятки історії та культури. Предмет, перетворений на знак або символ конкретного факту чи явища, набуває нових зв'язків з іншими музейними предметами, долучається до певного історичного або соціокультурного контексту.

Музейний предмет розглядають у сукупності таких характеристик його властивостей: інформативності, атрактивності, експресивності, репрезентативності.

Інформативність розкриває змістовний аспект музейного предмета, який є матеріальним свідченням минулого, «текстом». Інформація, закодована в предметі в його атрибутивних ознаках (назва та призначення, розміри, форма, матеріал і техніка виготовлення, написи, підписи, клейма тощо), становить його внутрішнє інформаційне поле. Відомості про походження та побутування предмета, про події та осіб, пов'язані з ним, тобто інформація «навколо предмета» утворює особливе зовнішнє інформаційне поле, назване «легендою» або «провенансом», що, разом з атрибутивними ознаками, визначає культурне значення. Внутрішні й зовнішні інформаційні поля поєднуються, формуючи інформаційний потенціал музейного предмета.

Атрактивність (привабливість) визначається зовнішніми особливостями предмета, його здатністю зацікавлювати відвідувачів формами, розмірами, кольором, композицією, трактуванням деталей, ритмічним співвідношенням пропорцій.

Експресивність пов'язана зі сприйняттям предмета, його здатністю викликати асоціації та відчуття причетності до конкретних процесів, пержитих явищ, цікавих фактів.

Емоційне сприйняття музейного предмета виникає завдяки художньо-образній передачі інформації про нього. Найважливіший критерій під час відбору того чи іншого предмета для збереження — «репрезентативність», що складається з «документальності». З одного боку, це цінність автентичного свідоцтва, з іншого, виразність ознак предмета в комунікативному аспекті. Додатковий критерій відбору для збереження предмета — «достовірність».

Висновки. Таким чином, музеалізація, як особливе ставлення до дійсності, виявляється в наділенні речей, артефактів, пам'яток, творів мистецтва тощо властивостями музейних предметів з метою збереження культурного досвіду людства, який репрезентується в музейних зібраннях. Структурними елементами музеалізації є матеріальні предме-

ти (або в деяких випадках нематеріальні об'єкти культурної спадщини), які, будучи наділені музейною цінністю, стають музейними предметами.

Перспективи подальших досліджень. У подальших публікаціях будуть проаналізовані перспективи створення експозиції з історії Харківської державної академії культури.

Список посилань

- Менш, П. В. (2014). Значение: функциональная идентичность артефактов. *Вопросы музеологии, 1 (9), 177–192.*
- Мересс, Ф. (2014). О будущем музеологии: несколько замечаний к русскому изданию диссертации Петера ван Менша. *Вопросы музеологии, 1 (9), 6–14.*
- Де Соссюр, Ф. (2004). *Курс общей лингвистики.* Москва: Едиториал УРСС.
- Фуко, М. (2006). Другие пространства. *Интеллектуалы и власть: избранные политические статьи, выступления и интервью, 3, 191–204.*

References

- Mensch, P. V. (2014). Meaning: the functional identity of the artifacts. *Questions of museology, 1 (9), 177–192.* [In Russian].
- Meress, F. (2014). On the future of museology: a few remarks to the Russian edition of the dissertation of Peter van Mensch. *Questions of museology, 1 (9), 6–14.* [In Russian].
- De Saussure, F. (2004). *The course of general linguistics.* Moscow: Editorial URSS. [In Russian].
- Foucault, M. (2006). Other spaces. *Intellectuals and Power: Selected Political Articles, Speeches, and Interviews, 3, 191–204.* [In Russian].

Надійшла до редколегії 18.01.2019 р.