

РОЛЬ КОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ МУЗЕЙНЫХ ПРАКТИКАХ

Кузнецова Е.С.

Оренбургский государственный университет, г. Оренбург

Коммуникация играет огромную роль в жизни людей, поскольку она вплетена в ткань современного общества, в его экономику, политику и культуру, охватывает международные, межгрупповые и межличностные отношения.

Обучение в вузе представляет собой период уникальный с точки зрения интенсивности наполнения духовного опыта. Результаты этого процесса проявляются затем во всех сферах и на всех этапах жизнедеятельности человека. При этом тенденцией последних лет является неуклонное заметное снижение активности студентов при использовании имеющихся возможностей повышения своего уровня культуры. Результаты проводившихся социологических исследований в работе Мишиной И.В., свидетельствуют о резком сокращении за последнее десятилетие числа студентов, проявляющих интерес и желание посещать различные учреждения культуры, и в этом отношении музеи не составляют исключения.

Так среди факторов, препятствующих развитию интересов студентов к сфере культуры, отмечаются дефицит свободного времени и важность определенных финансовых затрат. Согласно полученным данным значительная часть учебного и внеучебного времени студентов вузов отдано работе, заботе о трудоустройстве, а так же приобретению средств на жизнь и образование.

Действие данного фактора рассматривается как одна из причин, порождающих парадоксальное сочетание - признание современными студентами высокой значимости культуры в жизни человека и общества и низкая активность большинства из них в сфере взаимодействия с действующими учреждениями культуры, предназначение которых и состоит в предоставлении человеку широких возможностей для самосовершенствования, обогащения своего духовного опыта. Таким образом, в условиях дефицита свободного времени и при увеличении трудовой занятости студенты предпочитают музеям иные источники духовного опыта [2].

Современные музеи, занимая определенную позицию в системе культуры и образования, привлекают к участию в музейной деятельности различные категории посетителей. Отражая культурные ориентиры общества, музей стремится к широкому взаимодействию с публикой, выступая центром духовного и нравственного воспитания, неким форпостом в деле изучения, сохранения, трансляции социальной информации и опыта. Глобализация и информатизация общества, интенсивное формирование развлекательно-досуговой индустрии активно влияют на презентацию музейных практик, которые в настоящее время связаны не только с процессами сохранения и

интерпретации культурного наследия, но и попыткой решения актуальных проблем для современников.

Культурно-коммуникативный подход и использование инновационных технологий способствовали обретению музеем статуса культурно-досугового центра, не изменив его исторически сложившийся авторитет института, который занимается сохранением, популяризацией и трансляцией социальной памяти. Стремление актуализировать свой потенциал и ресурсы побуждает музей применять на практике социально востребованные, информационные технологии, неизбежно приводящие к модернизации музейной деятельности, а также гибкой и своевременной его адаптации к новой социокультурной парадигме, модели понимания мира, учитывая потребности общественного развития [1].

По мнению М.Б. Гнедовского, Н.П. Макаровой, Е.Б. Медведевой, Б.А. Столярова, М.Ю. Юхневич музей, как социокультурный институт, является мощным воспитательным средством, способствует развитию мировоззрения, самосознания, коммуникационных качеств, формированию творческой личности [4].

В современной ситуации ни высокое качество музейных коллекций, ни разнообразные методы и формы работы не гарантируют того, что музей станет важным и интересным местом пребывания для студента, который имеет достаточный выбор для проведения досуга и пополнения знаний. Важным представляется факт, что востребованность студентами ценностей, транслируемых музеями, в значительной степени определяется тем, насколько последние учитывают в своей деятельности интересы студенчества. Эту задачу музеи решают, используя такие образовательные музейные средства как передвижные выставки различной направленности.

Возможности передвижных музейных выставок - ознакомление широких слоев населения с историей, культурой, искусством, ознакомление с фондами музеев разных регионов, расширение научно-просветительной работы, проведение лекций, семинаров, конференций, занятий за пределами музея.

Передвижные выставки позволяют оперативно реагировать на потребности момента, оперативно вводить в научный оборот в специфически музейной форме результаты научных исследований сотрудников музея, увеличивают число доступных для широкого зрителя музейных предметов из фондов, позволяют показывать предметы из своего и других музеев в различных сочетаниях и контекстах, под разным углом зрения, таким образом увеличивая число возникающих смыслов, расширяя информационное поле каждого предмета и в целом - расширяя возможности музейной коммуникации.

Благодаря многолетнему сотрудничеству музея истории Оренбургского государственного университета с Оренбургским губернаторским историко-краеведческим музеем, в стенах музея вуза экспонировались передвижные выставки «Над Уралом - рекой», «Страницы истории музея», «Нефть Оренбуржья», «Плакаты Великой Отечественной войны», которые позволили

провести большое количество музейных мероприятий и познакомить преподавателей и студентов с интересными фактами истории страны и региона.

Заметным событием стала передвижная выставка, посвященная 400-летию окончания в России Смутного времени – масштабный проект, организаторами которого выступили «Альфа-банк» и газета «Комсомольская правда».

Выставка «Преодоление Смуты в России в начале XVII века» - это уникальное собрание отсканированных цветных копий исторических документов, гравюр, картин и других изображений, посвященных периоду Смутного времени в России. Оригиналы этих документов хранятся в музеях Федерального архивного агентства (прежде всего - в Российском государственном архиве древних актов).

Экспозиция состояла из восьми основных разделов (39 планшетов), повествующих о ключевых этапах Смутного времени - от событий эпохи после смерти Ивана Грозного до периода полного преодоления Смуты и событий по укреплению российской государственности в XVII веке.

Выставка прошла одновременно в сорока крупнейших городах по всей России, в том числе презентации выставки состоялись в Оренбургском губернаторском историко-краеведческом музее и музее истории Оренбургского государственного университета. Студенты университета смогли познакомиться с уникальными документами, прикоснуться к истории нашей страны. В течение двух месяцев выставка была доступна всем студентам, преподавателям и посетителям научной библиотеки университета, затем отправилась по районным музеям Оренбуржья.

К Международному дню музеев, который отмечается 18 мая, в музее истории вуза проходила выставка-просмотр «Знаменитые музеи мира».

Более шестидесяти художественных альбомов «Музеи мира» с репродукциями великих полотен знаменитых отечественных и зарубежных художников из коллекций самых прославленных музеев разных стран представляли многообразие и богатство мирового художественного наследия.

Серия альбомов «Музеи мира», проект газеты «Аргументы и факты», предоставила уникальную возможность познакомиться с выдающимися шедеврами человеческого творчества «с доставкой на дом» и получить настоящее эстетическое удовольствие.

Каждый из альбомов серии рассказывает об одном из самых знаменитых хранилищ мировой культуры. Благодаря высочайшему полиграфическому качеству изданий на репродукциях картин можно рассмотреть даже трещинки, оставленные на полотнах мастеров прошедшими веками. Более того, описания картин и скульптур составлены так, что у читателя возникает ощущение того, что он путешествует по залам музея в сопровождении опытного гида.

Специальная верстка позволяет рассмотреть каждую интересную деталь знаменитых полотен. Те, кто бывал в знаменитых музеях, хотя бы в Третьяковской галерее, знают, как это трудно сделать в реальном мире: мешают

ограждения, система безопасности и массы таких же экскурсантов, стремящихся посмотреть на шедевр поближе.

Альбомы-гиды «Музеи мира» одинаково интересно рассказывают не только о тех музеях, о которых слышал каждый - таких, как парижский Лувр, мадридский Прадо, нью-йоркский Метрополитен. В серии представлены и менее известные музеи и галереи, однако в их хранилищах собраны настоящие сокровища. Да и сама история этих музеев полна интереснейших фактов. Музейные издания такого уровня способны заинтересовать многих читателей - любителей искусства. В наше время все крупные музеи считают издательскую деятельность очень важным направлением своей работы.

Несколько лет назад американский журнал «The Time» привел интересную статистику. По подсчетам авторов издания, в 50 самых известных музеях мира находится 4694 объекта мирового культурного наследия, которые обязательно должен увидеть человек, считающий себя культурным и образованным.

Музейные выставки, способные к перемещению, позволяют музею расширять границы своей коммуникационной деятельности. Несмотря на значительное количество исторической информации и доступность исторических знаний в интернете, передвижные выставки востребованы в школах, вузах, музеях, библиотеках и вызывают интерес не только у детской и молодежной, но и взрослой аудитории. Причина – в достоверности, качестве, полноте предоставляемой информации, удобстве расположения, времени экспонирования, отсутствии финансовых затрат для посетителей, в разнообразии форм работы музея. Посещение музея становится настоящим удовольствием исключительно в том случае, если посетитель никуда не спешит.

По мнению Шляхтиной Л.М. «современного посетителя музея можно назвать «новым культурным потребителем», ориентированным не столько на получение констатирующей информации просветительного характера, сколько на получение удовольствия» [3].

Важность решения проблем музейной коммуникации заставляет музейных специалистов искать новые приемы повышения эффективности экспозиций. Информационные ресурсы в музейной деятельности стали обязательным элементом для придания музею статуса современного, появились новые требования к музейным технологиям и качеству содержания демонстрируемого в экспозиции информационного продукта.

Музей – это уникальное пространство, призванное служить межкультурному взаимодействию, информационному и ценностному обмену между различными социальными общностями и сообществами, этносами, поколениями, профессиональными, возрастными, территориальными и иными субкультурами. При подобном понимании смысла и предназначения музея круг партнеров по коммуникации, заинтересованных в использовании потенциала культурного наследия или его актуализации, может быть столь же широк, сколь и беспредельны горизонты межкультурной коммуникации.

Проблемы межкультурной коммуникации на основе информационных технологий, в самой высокой степени значимы для музеев, так как сами музеи получили возможность обращаться к многомиллионной аудитории и оказывают значительное влияние как на отдельную личность, так и на общество в целом.

Список литературы

- 1. Грачева Е.С. Музей как поле социокультурной коммуникации: автореф. дис. канд. социолог. наук: 26.00.06/Е.С. Грачева. – Саратов, 2010.- 20 с.*
- 2. Мишина И.В. Музей в системе ценностных ориентаций российского студенчества: автореф. дис. канд. культурологи: 24.00.03/И.В. Мишина. - Санкт-Петербург, 2002.- 20 с.*
- 3. Шляхтина Л.М. Современный музей: идеи и реалии /Л.М. Шляхтина //Вопросы музеологии.- 2011.- № 2.-С.14-19.*
- 4. Юхневич М.Ю. Я поведу тебя в музей: Учеб. пособие по музейной педагогике / М-во культуры РФ. Рос. ин-т культурологии. – М., 2001. – 223 с. ISBN 5-93719-014-9*