

Активизация эстетического восприятия экспозиции

(первая половина 1970-х)

1.1. Предполагается, что посещение музея – это встреча с искусством. Но многие из приходящих в музей уходят оттуда, с искусством так и не встретившись – попросту его не заметив, не разглядев, не узнав и не сумев его воспринять. Важная цель музейной работы – правильная "настройка" эстетического восприятия посетителей на форму, содержание и ценность экспонируемых художественных произведений.

1.2. Если верно, что распознавание и восприятие образов обязательно предполагает некую реконструирующую активность сознания, и если последняя у многих посетителей недостаточна высока, то следует, очевидно, как-то стимулировать подобную активность. Очень сильным стимулом является самоотождествление зрителя с носителем активного, творческого, созидającego, конструирующего начала.

1.3. Глядя на живопись или скульптуру неподготовленный посетитель охотнее всего откликается на присутствующий в ней элемент драматизма – прежде всего сюжетно-фигуративного, поскольку ему легче всего отождествиться с изображаемыми персонажами. Такому зрителю в картине видится не столько художественный объект, сколько некая ситуация, в которую он мог бы быть лично вовлечен, что сопровождается подчас довольно отчетливой эмоциональной реакцией и оценками нравственного, психологического, историко-социального и т.д., но не собственно-эстетического порядка.

1.4. Чтобы облегчить зрителю первый шаг и восприятию эстетического смысла произведения нужно помочь ему отождествиться не только с персонажами, но и с художником, их творцом. Тем самым зритель быстрее приходит к осознанию специфичности произведения искусства, его отличия от механической копии действительности, присутствия в нем определенной художественной задачи и особых средств ее решения: соотнесенности данного произведения с его художественным контекстом, через него и со всей культурной традицией.

1.5. Указанных результатов можно добиться, обратив внимание зрителя на драматизм композиционного построения, колорита, фактуры и т.д., а также на степень трудности, сложности и новизны данной задачи по сравнению с предшествующими образцами. Этому обычно служат пояснительные надписи, комментарии экскурсоводов, чтение лекций, выпуск каталогов, брошюр и т.л. формы музейной работы с посетителями. И все же все эти средства не решают проблемы – во в многом из-за глубоких изменений, происходящих в общей ориентации восприятия человека последней трети XX века под влиянием широкого распространения цветной фотографии, иллюстрированных изданий, кино, телевидения и других каналов массовой информации.

2.1. Имеется, однако, ещё один, до сих пор пренебрегаемый, но многообещающий путь к той же цели – использование большого резерва возможностей, заключенных в области предметного плана экспозиции.

2.2. Предметный план экспозиции есть особое пространство событий, знаменующих встречу посетителя с экспонируемым объектом в акте отождествления первого с последним и его создателем. По свершении таких событий картина или статуя перестает быть для входящего в зал какой-то материальной вещью, выставленной на показ, и становится предметом концентрации его способности к распознаванию и анализу синтаксиса художественной формы, ее семантической интерпретации и аксиологическому суждению.

2.3. Уровень вышеупомянутой активности, составляющей неперенное условие эстетического восприятия от заданной структуры предметного плана, позволяющей реализовать большее или меньшее количество событий в процессе отождествления.

3.1 Отсюда можно сделать вывод о целесообразности специального подхода к организации предметного плана экспозиции с помощью методов дизайна и современных средств отображения визуальной информации.

3.2 Для наиболее близкого отождествления с художником посетитель должен иметь возможность по желанию "собирать" и "разбирать" смежно-фигуральную, композиционную и колористическую структуру наблюдаемого им произведения, "предметно" реконструируя процесс его созидания. В принципе это осуществимо уже сегодня, но связано с применением чересчур дорогостоящих, сложных и громоздких технических средств.

3.3 В качестве программы минимум, доступной любому музею, было бы полезно провести эксперименты по активизации восприятия путем оптического "разрушения" и "восстановления" цветовой гаммы и пластических объемов живописных и скульптурных экспонентов с помощью слайд-проектора и простейших электроосветительных приборов.

3.4 Обсуждение вышеизложенных постулатов и проектных предложений с точки зрения исследователей феномена эстетического восприятия, музейных работников и дизайнеров экспозиций могло бы привести к разработке программ соответствующих экспериментов и практическому освоению открывающихся в этом направлении возможностей.