

## ■ УДК 069.01

**О. М. Гончарова**, доктор культурології, доцент, завідувач кафедри історії України та музеєзнавства, Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ

**герменевтичний дискурс музейної комунікації**

Досліджуються особливості музейної комунікації в аспекті герменевтичного дискурсу ороакустичного супроводу основних типів музейних експозицій. З обговорюваних питань можна виокремити: музей як інститут збереження історичних артефактів у якнайширшому значенні останнього поняття; музей як інститут ретрансляції соціального досвіду й одна з форм об'єктивації соціальної пам'яті; вид комунікації, зокрема ретроспективної; освітня інституція; інститут соціалізації; складова інтелектуальної рекреації; дозвіллевий інститут і елемент розважальної інфраструктури; складова візуальної культури суспільства, інструмент художньо-естетичного виховання; суб'єкт економічної діяльності.

**Ключові слова:** музейна комунікація, герменевтичний дискурс музейної комунікації, музейні експозиції.

**Е. Н. Гончарова**, доктор культурології, доцент, заведующая кафедрой истории Украины и музееведения, Киевский национальный университет культуры и искусств, г. Киев

**герменевтический дискурс музейной коммуникации**

Исследуются особенности музейной коммуникации в аспекте герменевтического дискурса ороакустического сопровождения основных типов музейных экспозиций. Из обсуждаемых вопросов можно выделить: музей как институт сохранения исторических артефактов в самом широком смысле последнего понятия; музей как институт ретрансляции социального опыта и одна из форм объективации социальной памяти; вид коммуникации, в частности ретроспективной; образовательная организация; институт социализации; составляющая интеллектуальной рекреации; досуговый институт и элемент развлекательной инфраструктуры; составляющая визуальной культуры общества, инструмент художественно-эстетического воспитания; субъект экономической деятельности.

**Ключевые слова:** музейная коммуникация, герменевтический дискурс музейной коммуникации, музейные экспозиции.

**О. М. Goncharova**, Doctor of Cultural Studies, Associate Professor, Head of the Department of History of Ukraine and Museology, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv

**THE HERMENEUTIC DISCOURSE OF MUSEUM COMMUNICATION**

This article is devoted to the investigation of hermeneutic discourse of museum communication. Acoustic accompaniment of the main

museum expositions is regarded. The issues under discussion can be summarized as follows: a museum as an institution conservation of historical artifacts in the broadest sense of the latest concepts; a museum as an institution of retransmission of social experience and a form of objectification of social memory; as a form of communication, including retrospective; as an educational institution and an institution of socialization; a museum as a part of intellectual recreation; as recreational Institute element and entertainment infrastructure; as a part of the visual culture of the society; as a tool of artistic and aesthetic education; as an economic operator.

**Key words:** museum communication, hermeneutic discourse of museum communication, museum expositions.

Останніми роками в науковому дискурсі актуалізувалося обговорення суті, призначення і ролі музею як соціокультурного інституту. Цю тему досліджують представники різних наукових галузей і спеціальностей. Найактуальніші проблеми, що обговорюються, на нашу думку, такі: музей як інститут збереження (консервації) історичних артефактів у якнайширшому значенні останнього поняття; музей як інститут ретрансляції соціального досвіду й одна з форм об'єктивації соціальної пам'яті; як вид комунікації, зокрема ретроспективної; як освітня інституція; як інститут соціалізації; як складова інтелектуальної рекреації; як дозвіллевий інститут і елемент розважальної інфраструктури; як складова візуальної культури суспільства, як інструмент художньо-естетичного виховання; як суб'єкт економічної діяльності.

Такі численні визначення сучасного музею зумовили відповідні дискурси, що репрезентовані в спеціалізованій літературі. Утім, цей полідискурс представлений переважно на сторінках зарубіжної преси й артикулюється під час міжнародних конференцій і симпозіумів. Наприклад, наукова конференція в Санкт-Петербурзі 2007 р. відбулася під гаслом: «У пошуках музейного образу». Доповіді, представлені на цій конференції, засвідчили полімодальність музею в сучасній культурі.

На жаль, українська сторона не належним чином реагує на ці виклики та можливості, і не завжди бере участь у тих заходах, які б могли прискорити розвиток вітчизняної музейної справи. Вихід друкком з періодичністю двічі на рік останніми роками спеціалізованого журналу «Сучасний музейний простір», який долучився до тих, що вже існували в Україні, є безперечно позитивним кроком у консолідації і поліпшенні діяльності в цій сфері. Однак, на нашу думку, проблемне поле спеціалізованих видань — і друкованих,

і електронних, — характеризується певною описовістю, констатацією і надмірним ухилом в емпіризм. Беззаперечно, музейна справа — це передусім праксеологічна діяльність. Утім, теоретичні рефлексії доцільні і для музеїв зі статусом національних, і для спеціалізованих мономузеїв, оскільки кожен з них, вирішуючи власні проблеми, які можуть бути і загальними, і локальними, функціонує в сучасному просторі: універсальному й водночас амбівалентному просторі «епохи Деконструкції» (М. Ames).

**Мета** статті — розглянути особливості музейної комунікації в аспекті герменевтичного дискурсу ороакустичного супроводу основних типів музейних експозицій.

Поняття музейної комунікації ввів канадський музеолог Дункан Ф. Камерон у 1968 р. Згідно із цим науковцем, музейна комунікація — це процес спілкування відвідувача з музейними експонатами, на основі яких автори експозиції вибудовують невербальні повідомлення [1, с. 11].

Різні аспекти музейної комунікації аналізували А. Ю. Волькович [2], М. Б. Гнедовський [3], В. Ю. Дукельський [4], Т. П. Калугіна [5], Н. А. Нікішин [6], Н. А. Ніколаєва [7], Л. В. Нургалієв [8], О. С. Сапанжей [9], Р. Стронг [10], Дж. Портер [11], Т. М. Пчелянська [12] та ін.

Утім, до терміна «музейна комунікація» існувало введено словосполучення «мова музею». На цьому понятті основуються як представники того напрямку, що тяжіє до розуміння комунікації як вербально опосередкованого спілкування, так і ті, хто сприймає його не буквально, а метафорично.

Одні науковці (Н. А. Ніколаєва) вважають музейну комунікацію сферою мовленнєвої дії, маючи на увазі лекторсько-екскурсійний супровід, який поділяється на художній і діловий типи промови. Інші — (Ф. Камерон, Н. А. Нікішин) музейну комунікацію розглядають як таку, що опосередкована речами — музейними предметами. За аналогією до «мови мистецтва» Н. А. Нікішин запропонував аналіз «мови музею», морфемами якої є музейні предмети. «Музейні предмети — це, безумовно, головне, що складає мову музею. У самому широкому сенсі — це знаки, за допомогою яких створюється основа будь-якого експозиційного «висловлювання»» [6, с. 26].

Раніше за Н. Нікішина цю ідею сформулювала Альма Віттлін (1970 р.) в книзі «У пошуках корисного майбутнього» [13]. Визначення Віттлін корелюється з визначенням, наданим Міжнародною Радою музеїв (ICOM). ICOM визначила музей як установу, в якій

об'єкти — головний засіб комунікації, підкресливши, що музейні предмети є носіями інформації.

На те, що наведене визначення має серйозні недоліки, звернула увагу А. Вітлін. Головна ідея полягає в тому, що необхідний інтерпретатор, перекладач з мови об'єкта — музейного експоната. Так, деякі музейні зібрання визначені тими, хто збирав колекції, їх інтересами, когнітивними чинниками, культурною належністю. Це потрібно перекласти на мову сучасників-відвідувачів, адже музей може не бути цікавим, якщо його експонати не набули актуальності.

Наділення музейних об'єктів властивостями знаків надає можливості для широких інтерпретацій у концептуальному полі музеезнавства. Передусім це стосується музейних експозицій і виставкової діяльності, адже правомірним стає розгляд музейної експозиції як семіотичної системи, що належить до семіосфери культури (А. Ю. Волькович).

Музейну експозицію як семіотичний феномен розглянула М. Н. Чеснокова. Науковець запропонувала класифікацію музейних експозицій на основі типу відношення між означеним і означаючим у структурі експоната як знака [1, с. 6]. У такому разі експонат набуває значення лише в знаковій системі, роль якої відіграє експозиція загалом.

Зауважимо: семіотична природа знака є такою, яка однозначно не визначається. Знак потребує інтерпретації, що спричиняє немало питань, які слід розглянути детальніше.

Хто наділяє значеннями знаки системи, якщо під останньою розуміти музейну експозицію? Відвідувач, екскурсант? Музеолог, фахівець з музейної справи, працівник музею? Наукова спільнота: археологи, історики, мистецтвознавці, культурологи?

Інший аспект проблеми: якщо розглядати мову музею як окремий варіант мови культури, то виникає запитання: якої культури — сучасної або минулої? І як їм, цим культурам, як сучасній людині зрозуміти мову культури минулого, матеріалізованого в музейному експонаті?

Ці питання — правомірні: оскільки музейна експозиція є вторинною наковою системою, то предмет — не лише денотат, з яким відбувається референція сенсів, а й сам співвідноситься з конотатом, смислами нової культури — культури сучасності.

Прикладом подібної неоднозначності музейного об'єкта можна вважати т. зв. «бінокль» — артефакт Трипільської культури. Предмет дістав назву через зовнішню схожість із сучасним аналогом.

Звісно, жодних біноклів у цій культурі мідного віку не існувало — це сучасне найменування матеріального предмета, про який нам невідомо, денотатом якого поняття він був у своїй культурі і яке поняттєве означення з мови сучасної культури було б адекватнішим. Які функції цього предмета? Існує експонат, музейний об'єкт, але до контексту якої комунікації він може бути долучений? Яким посланням він є? Чи здатен сучасний адресат — науковець або відвідувач музею — це звернення розшифрувати: знак є, значення — немає.

І це не поодинокий приклад проблем у музейній комунікації. Тому з комунікативною тісно пов'язана герменевтична функція сучасного музею, який характеризується історико-культурною ре-лятивністю.

Відносність герменевтичної процедури в музейній семіосфері ілюструє ще один приклад, Культова «Мона Ліза» геніального Леонардо. Відомо, що така її атрибуція базується на Джорджо Вазарі, котрий через тридцять років після смерті художника записав зі слів «свідків» історію створення цього портрета, зазначивши, що моделлю для нього слугувала дружина флорентійця Франческо дель Джокондо [14, с. 463]. Однак, двадцять років тому висловлено гіпотезу, яку доволі переконливо обґрунтовано: насправді «Джоконда» — це автопортрет самого Леонардо. Нині питання: хто ж зображений на портреті не має однозначної відповіді.

Наведені ілюстрації є прикладами конфлікту ретроінтерпретацій. І джерело цього конфлікту не залежить від музею чи його експозиції як семіотичної сфери. Його причина перебуває за межами і «мови музею», і самого музею.

Через означений конфлікт виникають різні підходи до розуміння того, про що саме повинен повідомляти музей. Як вважає К. Баулдінг [15], функція музею — упроваджувати образ світу. Відповідно, слід визнати, що носієм інформації, значень і сенсів є не окремий об'єкт, а щонайменше експозиція. Подібну точку зору поділяють немало авторів, котрі вважають, що тільки експозиція має семіотичну структуру, чого не можна очікувати від окремого об'єкта.

Музейна експозиція — сукупність повідомлень, «відправником» яких є анонімний (якщо йдеться про об'єкти матеріальної культури) або персоналізований (якщо об'єктом є твір мистецтва) адресант, а «отримувачем», адресатом є відвідувач музею — представник сучасної культури. Тому адресат — це завжди людина, яка існує тут і зараз (якщо не вважати цілеспрямоване послання в майбутнє). Вона є сучасником зустрічі, що відбувається

в теперішньому реальному часі. У такому разі адресат — носій конкретних культурних і соціальних ідентичностей, які відрізняються від ідентичностей автора або користувача того чи іншого музейного експоната. Через ці розбіжності виникає питання адекватного дешифрування інформаційного повідомлення в контексті музейної комунікації.

Проблема адекватного тлумачення відома рекламістам і маркетингологам. Утім, якщо така проблема існує в комунікації між сучасниками, то складнішою вона є в разі музейної комунікації, яка переважно є ретрокомунікацією.

Для цього дешифрування існують екскурсоводи, аудіо-, друкований супровід: від підписів до експонатів до друківаних схем, музейних лекцій, інтерактивних та «живих» екскурсій. Під час живої екскурсійної лекції можна поставити запитання й отримати відповідь, у віртуальній — ні або з обмеженою кількістю найтипівіших та найпередбачуваніших запитань.

Музейна комунікація відрізняється залежно не тільки від герменевтичного суб'єкта (інтерпретатора експозиції і музейного об'єкта), але й експонатів: якщо музейним об'єктом є ікони, то така комунікація очевидно відрізнятиметься від комунікації в літературно-меморіальному музеї.

Інформація в музеї, зважаючи на специфіку, має здійснювати встановлення асоціативного зв'язку між явищами і світом культури сучасності й минулого. Утім, як слушно зауважила А. Вітлін, музей не можна розглядати без життя за його стінами [13, с. 45]. І це стосується не тільки архітектури і ландшафтного дизайну.

Інше запитання: як саме презентувати сучасній людині речі з минулого? У контексті сучасних проблем, наприклад, охорони навколишнього середовища? Або проблеми харчування? Ілюстрації ідеологій? Порівняння часу розваг тоді й нині? Чи пов'язані із сьогоденним днем релігія, економіка, політика, освіта? Наскільки вони впливають на індивідуальне життя сучасної людини? І глобальна проблема: чи здатна музейна комунікація допомогти зрозуміти зв'язок між поколіннями?

Вочевидь, потрібна актуалізація сенсів, позначених знаками — музейними об'єктами, а можливо, і переопис музейної семіосфери. У цьому разі робота музейників переходить у площину маркетингових досліджень і актуальних інтерпретацій.

Розглянемо питання щодо того, якою може бути семантика комунікацій при основних варіантах музейних експозицій і які типи герменевтичних процедур при них можливі.

Музейну експозицію часто образно називають скелетом інформації. Традиційним є поділ на тематичні, ландшафтні, систематичні й ансамблеві принципи організації музейної експозиції.

Основна структурна одиниця систематичної експозиції — «типологічний або системний ряд». У такого роду експозиції обрана система — галузева, предметна, хронологічна, стильова тощо (залежно від спеціалізації та профілю музейної установи) — є семантичною парадигмою, на основі якої відбувається інтерпретація окремих об'єктів. При цьому інтерпретація може змінюватись як у межах самої системи — у разі переформатування структури, так і, тим більше — за її межами.

Прикладом є оцінка окремих художників або окремих творів живопису. Так, у XIX ст. Караваджо оцінювали на рівні з Рафаелем і Леонардо, не порушуючи при цьому типологічного ряду «Живопис XVI ст.». Нині за таких умов збереження такого ж типологічного ряду, оцінка творчості цього художника змінена: продовжуючи визначати його одним із засновників стилю бароко, екскурсоводи або науковці утримуються від порівняння Караваджо з «титанами Відродження». Зміни в дискурсі оціночної інтерпретації зумовлені факторами, зовнішніми стосовно музейної експозиції.

Ансамблевий принцип музейної експозиції — основа т. зв. «життєвого» експозиційного комплексу. На нашу думку, ансамблева експозиція надає значних можливостей для культурологічних інтерпретацій, особливо в ороакустичному супроводі візуального ряду. Відтворення «духу епохи» може акцентуватись на культурі повсякдення, об'єктивації світоглядних парадигм, характеристичні розваг тощо. Лектор-екскурсовод має можливість працювати не тільки в науковому, але й белетристичному дискурсі.

На відміну від ансамблевих експозицій, об'єкти яких розміщуються в інтер'єрі музею, принципом ландшафтних експозицій є збереження або реконструкція зв'язків природних компонентів. Елементами ландшафтних експозицій є біогрупи — «комплекси тваринного та (або) рослинного світу, панорами і діорами» [1, 14]. Герменевтичний дискурс музейної комунікації під час сприйняття ландшафтних експозицій, на нашу думку, є найсуворішим з точки зору науковості. Доречність інтерпретацій під час ороакустичного супроводу обмежується верифікованістю на момент експозиції наукових положень і може бути варіативною лише в аспекті популяризації.

Тематична експозиція за допомогою експозиційних матеріалів розкриває «певну тему, сюжет, проблему, створює музейний образ

явища». Тематичні експозиції на обмеженому просторі «відтворюють фрагмент минулої епохи через зібрання різних предметів побуту, одягу, інших речей. Структурною одиницею тематичної експозиції є тематико-експозиційний комплекс, який містить предмети різних типів, об'єднаних здатністю наочно демонструвати певне концептуальне положення» [1, с. 14].

Комунікація в цьому разі також передбачає певну герменевтичну процедуру, яка має місце під час створення музейної експозиції і її сприйняття. Саме концептуальне положення, що слугує основою тематичної експозиції, вже містить елемент інтерпретації адресанта музейної комунікації — музеєзнавця або колективу музеєзнавців.

Розглядаючи музейну комунікацію в тому значенні, як це подає Ф. Камерон, тобто візуальну, слід зважати на те, що вона може мати вербальний ороакустичний супровід (лекції та пояснення екскурсовода), або вербальний візуальний (назви експонатів та надрукована пояснювальна інформація до них), або невербальний ороакустичний (музичний фон).

Останніми роками окремі новації прагнуть максимально уникати в музейній комунікації герменевтичного дискурсу. Прикладом є т. зв. Білий куб, принцип цієї виставкової експозиції — «простір публічної самотності» (В. Дукельський), у якому глядач перебуває безпосередньо перед музейним експонатом. Утілена в Лондонській галереї сучасного мистецтва з однойменною назвою концепція «білого куба» спрямована на те, щоб уникнути комунікації між глядачем і архітектурою. Однак можливим є і ширше трактування цієї концепції: уникнення будь-яких інтерпретацій, крім тих, що виникають безпосередньо у відвідувача музею під час сприйняття експоната.

З комунікативною функцією тісно пов'язана освітня функція музею [16]. Конкретизація останньої полягає не тільки в проведенні занять у залах або лекторіях музею. Останнім часом у деяких музеях застосовується поняття відкриті фонди. У приміщеннях, не призначених для експозицій, дозволяється перебувати певним категоріям відвідувачів: студентам надається можливість проводити там заняття, а науковцям — дослідження.

Окремо слід назвати таку форму музейної комунікації, як курси лекцій. Лекційні абонементи особливо поширені в художніх музеях. Вони формуються на принципах характеристики цільової аудиторії (вікові: для дітей, підлітків, студентів, дорослих тощо, а також групові або індивідуальні) і на основі особливостей об'єктів



мистецтва. В останньому разі лекції створюються за хронологічним, тематичним або проблемно-хронологічним принципами.

Таким чином, можна говорити про кілька модусів музейної комунікації з відповідними особливостями герменевтичного дискурсу: екскурсійний (вербальний) супровід візуальної (предметної, візуально-предметної або документальної) комунікації і невербально-просторовий (експозиційний). У першому разі суб'єктом інтерпретацій є музеєзнавець-екскурсовод (лектор), а об'єктом — екскурсант, відвідувач музейної експозиції. У другому — суб'єкт інтерпретації — сам відвідувач. Але й у першому, і в другому варіантах інтерпретатором базисного рівня є музеєзнавець (музеєзнавці), котрий створює просторово-речову семіосферу музейної експозиції, оперуючи музейними об'єктами.

Утім, просторово-речова семіосфера музейної експозиції ще потребує подальшого дослідження.

#### Список використаних джерел

1. Чеснокова М. Н. Эволюция музейной экспозиции как знаковой системы : автореф. дис. ... канд. культурологии / М. Н. Чеснокова. — СПб., 2010. — 29 с.
2. Волькович А. Ю. Модель музейной коммуникации в концепциях зарубежных музеведов / А. Ю. Волькович // Музей в современной культуре : [сб. науч. тр.]. — СПб., 1997. — С.69–73.
3. Гнедовский М. Б. Современные тенденции развития музейной коммуникации / М. Б. Гнедовский // Музееведение. Проблемы культурной коммуникации в музейной деятельности : [сб. науч. тр. НИИ культуры]. — М., 1989. — С. 16–34.
4. Дукельский В. Ю. Пространство публичного одиночества / В. Ю. Дукельский // Музеи и личность / [отв.ред. А. В. Лебедев, сост. М. Юхневич]. — М., 2007. — С. 6–14.
5. Калугина Т. П. Истоки культурно-коммуникативной функции экспозиции художественного музея / Т. П. Калугина // Проблемы культурной коммуникации в музейной деятельности. — М., 1989. — С. 68–108.
6. Николаева Н. А. Музейная экспозиция как художественная структура / Н. А. Николаева // Искусство музейной экспозиции : [сб. науч. тр. НИИ культуры]. — М., 1977. — №45. — С. 65–94.
7. Никишин Н. А. Музейные средства: знаки и символы / Н. А. Никишин // Музейная экспозиция. Теория и практика. Искусство экспозиции. Новые сценарии и концепции (На пути к музею XXI века) : [сб. науч. тр.] / РИК. — М., 1997. — С. 26.
8. Нурғалиев Л. В. Виртуальный музей: новая коммуникационная модель [Электронный ресурс] / Л. В. Нурғалиев. — Режим доступа:

- <http://confifap/cpic.ru/upload/spb2004/reports/doclad197.doc>. — Загл. с экрана.
9. Сапанжа О. С. Стратегии коммуникационных процессов в контексте модернизации музейной деятельности / О. С. Сапанжа // *Собрание лиц* : [сб. ст. / под ред. М. Б. Пиотровского и А. А. Никоновой]. — СПб., 2006. — С.160–171.
  10. Стронг Р. Музей и коммуникация / Р. Стронг // *Museum*. — 1983. — № 138. — С. 3–9.
  11. Портер Дж. Роль музея как средства коммуникации / Дж. Портер // *Museum*, 1983. — №138. — С. 10.
  12. Пчелянская Т. М. Музеи и музейные экспозиции в новом спектре сетевых коммуникаций / Т. М. Пчелянская // *Собрание лиц* : [сб. ст. под ред. М. Б. Пиотровского и А. А. Никоновой]. — СПб., 2006. — С. 146–159.
  13. Vittingling Alma. In Search of the Usable Future / Alma Vittingling. — MIT Press Cambridge, Mass, 1970.
  14. Вазари Дж. Жизнеописания наиболее знаменитых живописцев, ваятелей и зодчих / Джорджо Вазари. — М. : Альфа-книга, 2008. — 1278 с.
  15. Boulding, Kenneth E. The Role of the Museum in the Propagation of Developed Images // *Technology & Culture*. — №7. — I. — 1996. — P. 64–66.
  16. Карсим І. А. Культурно-освітня діяльність музеїв / І. А. Карсим. — Київ : КНУ ім. Т. Г. Шевченка, 2007. — 112 с.

### References

1. Chesnokova M. N. Evoliutsiia muzeinoi ekspozitsii kak znakovoi sistemy : avtoref. dis. ... kand. kulturologii / M. N. Chesnokova. — SPb., 2010. — 29 s.
2. Volkovich A. Yu. Model muzeinoi kommunikatsii v kontseptsiiakh zarubezhnykh muzevedov / A. Yu. Volkovich // *Muzei v sovremennoi kulture* : [sb. nauch. tr.]. — SPb., 1997. — S.69–73.
3. Gnedovskii M. B. Sovremennye tendentsii razvitiia muzeinoi kommunikatsii / M. B. Gnedovskii // *Muzevedenie. Problemy kulturnoi kommunikatsii v muzeinoi deiatelnosti* : [sb. nauch. tr. NII kulturey]. — M., 1989. — S.16–34.
4. Dukelskii V. Yu. Prostranstvo publichnogo odinochestva / V. Yu. Dukelskii // *Muzei i lichnost* / [otv.red. A. V. Lebedev, sost. M. Yukhnevich]. — M., 2007. — S.6–14.
5. Kalugina T. P. Istoki kulturno-kommunikativnoi funktsii ekspozitsii khudozhestvennogo muzeia / T. P. Kalugina // *Problemy kulturnoi kommunikatsii v muzeinoi deiatelnosti*. — M., 1989. — S.68–108.
6. Nikolaeva N. A. Muzeinaia ekspozitsiia kak khudozhestvennaia struktura / N. A. Nykolaeva // *Iskusstvo muzeinoi ekspozitsii* : [cb. nauch. tr. NII kulturey]. — M., 1977. — №45. — S. 65–94.

7. Nikishyn N. A. Muzeinye sredstva: znaki i simvoly / N. A. Nikishin // Muzeinaia ekspozitsiia. Teoriia i praktika. Iskustvo ekspozitsii. Novye stsennarii i kontseptsii (Na puti k muzeiu XXI veka) : [sb. nauch. tr.] / RIK. — M., 1997. — S. 26.
8. Nurgaliev L. V. Virtualnyi muzei: novaia kommunykatsionnaia model [Elektronnyi resurs] / L. V. Nurgaliev. — Rezhim dostupa: <http://confifap/cpic.ru/upload/spb2004/reports/doclad197.doc>. — Zagl. s ekrana.
9. Sapanzha O. S. Stratehii kommunikatsionnykh protsessov v kontekste modernizatsii muzeinoi deiatelnosti / O. S. Sapanzha // Sobranie lits : [sb. st. / pod red. M. B. Piotrovskogo y A. A. Nikonovoi]. — SPb., 2006. — S.160–171.
10. Strong R. Muzei i kommunikatsiia / R. Strong // Museum. — 1983. — № 138. — S. 3–9.
11. Porter Dzh. Rol muzeia kak sredstva kommunikatsii / Dzh. Porter // Museum, 1983. — №138. — S. 10.
12. Pchelianskaia T. M. Muzei i muzeinye ekspozitsii v novom spektre setevykh kommunikatsii / T. M. Pchelianskaia // Sobranie lits : [sb. st. pod red. M. B. Piotrovskoho i A. A. Nikonovoi]. — SPb., 2006. — C. 146–159.
13. Vitting Alma. In Search of the Usable Future / Alma Vitting. — MIT Press Cambridge, Mass, 1970.
14. Vazari Dzh. Zhizneopisaniia naibolee znamenitykh zhivopistsev, vaiatelei i zodchikh / Dzhordzho Vazari. — M. : Alfa-knyga, 2008. — 1278 s.
15. Boulding, Kenneth E. The Role of the Museum in the Propagation of Developed Images // Technology & Culture. — №7. — I. — 1996. — P. 64–66.
16. Karsym I. A. Kulturno-osvitnia diialnist muzeiv / I. A. Karsym. — Kyiv : KNU im. T. H. Shevchenka, 2007. — 112 s.

## ■ UDC 069.01

### THE HERMENEUTIC DISCOURSE OF MUSEUM COMMUNICATION

**Goncharova O. M.**, Doctor of Cultural Studies, Associate Professor, Head of the Department of History of Ukraine and Museology, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv  
[o.m\\_goncharova@yahoo.com](mailto:o.m_goncharova@yahoo.com)

**The aim of this article** is to consider the characteristics of museum communication in terms of hermeneutic discourse.

**Research methodology.** The paper applied general scientific methods of theoretical analysis and synthesis, generalization, abstraction, ascent from the abstract to the concrete, deductive and inductive method, system-structural analysis. Special theoretical methods applied: cultural, which refers to the specific method of research museum communication, cultural practices determined by modernity, historical and genetic, historical, chronological, historical and comparative,

issue-chronological methods; hermeneutic analysis; discourse analysis. According to K. Boulding, the function of the museum is to implement image of the world. Accordingly, it should be recognized that the medium of information, values and meanings is not a separate item.

**Results.** It has been established specificity of several modes of communication with the respective museum features of hermeneutic discourse: Tour (verbal) support visual (subject, visual subject or documentary) communication and non-verbal-spatial (exposition). In the first case, the subject of interpretation in favour of museologist-guide (lecturer) and object — tripper visitor, museum exhibition visitor. In the second case, the subject of interpretation is itself a visitor. But in the first and second embodiments, as the interpreter of basic acts is the museologist, who creates a spatial and material semiotic field of museum exhibitions, in terms of museum objects.

**Novelty.** This article has made an attempt to show the research museum features in terms of communication in hermeneutic discourse. Acoustic accompaniment of the main types of museum exhibitions has been revealed.

**The practical significance.** Ukrainian museologists can find the information contained in this article useful for developing new conceptual approaches of museum communication in terms of hermeneutic discourse on the acoustic accompaniment of the main types of museum exhibitions, in teaching the course «Museology» to students.

**Key words:** museum`s communication, hermeneutic discourse of museum`s communication, museum`s expositions.

*Надійшла до редколегії 20.02.2015 р.*