

## ЗАД “ВРАТАТА” НА МУЗЕЯ

*Диана Тодорова*

**К** азват, че всеки, който пристъпи прага на музея, за да работи в него, независимо от профила му – археологически, етнографски, исторически, художествен, се влюбва в атмосферата му и тази любов остава за цял живот. Наричат музейните работници възрожденци, вехтошари, “последните мохикани” за всеотдайността им към работата и професията. За повечето хора работата на музейния специалист – уредник (куратор), е непозната и като че ли обвита в тайнственост. Много често ми се задава въпросът: “И Вие какво правите в музея, когато не идват посетители”. Но, за да дойде Нейно Величество публиката, преди това трябва да се извърши разнообразна и различна по вид дейност – събирателска, научна, реставраторска, рекламна, аниматорска, медийна и др. За някои от наболелите проблеми в областта на етнологичното музейно дело искам да споделя своя дългогодишен опит и наблюдения като уредник в Етнографски музей – Варна, част от структурата на Регионален исторически музей – Варна. Ще засегна само някои от въпросите, касаещи днешното и бъдещото развитие на етнографските музеи и експозиции в България.

В началото на новото хилядолетие, с разширяващата се глобализация на света, все повече нараства значението и мястото на музеите, занимаващи се с отношението на човека към неговия вътрешен и заобикалящ свят, към обществото и природата. Един от основоположниците на европейската интеграция – Жан Моне, лансира тезата, че в обединена Европа не се създава коалиция от държави, а съюз между хора (Тенева 2002: 79). Вярвам, че музеите за човека, етнографските музеи, архитектурните резервати, музеите от типа “Сканзен”, екомuzeите ще спомогнат за опознаването и сближаването на хората по света. Защото, как може да се живее заедно като едно семейство, когато не познаваш неговите членове, не знаеш отношението им към традицията, религията, бита, не познаваш техния мироглед и народопсихология. И тук на преден план излиза етнологията, не само с научните си изследвания, но и с най-занимателната и атрактивна част – музеи, експозиции и изложби, които запознават зрителите с различни аспекти от материалната и духовна култура на етносите и изграждат образа на един народ или на една нация.

Представянето на един народ чрез неговото културно-историческо наследство, както в собствените му очи, така и в очите на другите, е отговорна и в никакъв случай лека задача. Съвременната публика на музеите – българска или чуждестранна, вече е твърде взискателна, както по отношение на околната природна среда и инфраструктура, музейната сграда, така и в интерпретацията на представяната тематика. Не е без значение музейното пространство, използваните витрини, осветлението, достъпът до аудио-визуални средства, анимацията, местата за почивка и отмора на посетителите (Пеева 2003: 53). Експо-

зицията не само трябва да дава информация, да създава естетическа наслада, но да забавлява и развлича. И ако тематично-експозиционното представяне на етнографските музеи в България е на сравнително добро ниво, за съжаление, същото не може да се каже за пространственото оформление и материално-техническата база, които са твърде остарели и не отговарят на новото технологично време.

В България повечето експозиции на етнографските музеи са изградени през 60-те и 70-те години на XX в. (Недков 1998: 174) и представят живота на българите в традиционното общество на XIX – началото на XX в. (поминъци, занаяти, облекло и тъкани, празнично-обредна система, народно изкуство). И тук се явява един много съществен проблем, въпреки доброто тематично представяне – експозициите си приличат и не се отличават много една от друга: рала, дикани, станове, чекръци, медни и керамични съдове, носии, възглавници и пешкири могат да се видят в повечето музеи. Културологът Ив. Дичев, разсъждавайки по проблемите на българската култура и музейно дело, използва термините “краеведение” и “пулверизирани” относно тематиката на музеите, независимо от профила и местонахождението им – в град или на село (Дичев 2005: 11). И това не е без основание, защото е много важно всеки музей да има свой облик, своята различна визия – за пример бих дала новата експозиция на Музея на занаятите в гр. Троян, представяща грънчарския занаят в региона.

В нито един етнографски музей, например, не са показани другите етноси, влизащи в състава на населението на Република България – турци, арменци, евреи, цигани или българската диаспора в чужбина. Едва след демократичните промени през 1989 г. започнаха да се правят временни изложби, представящи културата на цигани, каракачани, арменци, власи, организирани предимно от Националния етнографски музей и с участието на по-големите музеи в страната (Тенева 2002: 87). Смятам, че това не трябва да става стихийно и да се стига до другата крайност – да се представят само другите и различните, като се правят обществено угодни колекции и изложби, а културата на “другите” да намери своето място в постоянните експозиции на регионалните музеи, особено в райони, където тези групи са по-компактни.

В процеса на социомузейната дейност, която е съвкупност от различни направления – издирване, придобиване, съхранение, документиране, популяризиране и т.н. (Сачев 2002: 219), по мое мнение е необходима по-голяма демократизация и децентрализация на музейната дейност, като се разширява достъпът на по-широки слоеве от населението при взимането на решения, касаещи работата на музея. И днес повечето изложби продължават да се подреждат от уредниците, без да се търси помощта на художници, пространствени дизайнери, фотографи или колекционери, които биха дали своето по-различно виждане за представяната тематика. Причините за това положение са много, както финансови, така и научни, художествени, липсата на реформи и нова организационна култура в музея.

Уредниците в музеите все още са в полето на анонимността при уреждане на експозиция или изложба. А това е творческа работа, която е съпоставима с

правенето на научно изследване или проучване. Единствено Националният етнографски музей – София, изготвя дипляни или каталози за своите изложби. В тях са посочени както авторите, така също художниците, фотографите, институциите, осъществили изложбата. Изданията са предназначени както за по-широк кръг читатели, така и за специалисти, защото се представят експонати, които за първи път напускат хранилищата и влизат в научно обръщение (А. Комитска, В. Борисова... 1995: 5–16).

Освен исторически и художествено издържана, етнографската експозиция или изложба трябва и да забавлява, но за съжаление развлечението и забавата отсъстват от нашите музеи. Тук изключвам АЕК “Етър”, където природните фактори успешно са съчетани с възстановка на историческата действителност от периода на Възраждането (Алексиева 1994: 13–21). Повечето от етнографските ни експозиции са застинали и статични, там нищо не може да се пипне или да се задейства даден уред, да се изпробва някакво устройство. Много малко са музеите, снабдени с аудио-визуална техника, за да може да се покаже филм за даден обичай, празник, занаят или да се послуша автентична музика. Необходима е и повече информативност за музейните предмети. За по-любознателните посетители в музея, за всеки отделен експонат от експозицията или за дадена изложба може да се предложи повече информация, като се изготвят кратки текстове, приложат се снимки, таблици. Оформени естетично и практично на различни езици, те могат да се поставят в близост до витрината или всичко това да се представи с новите информационни технологии – компютърни и видео игри, интерактивните CD – ROM, Интернет и други мултимедийни системи (Мануилова, 2001: 75).

За съжаление, въпреки техническите възможности на времето, малко музеи в България разполагат с нови модерни витрини, удобни за работа, с подходящи манекени, особено необходими за показване на облеклото, на старинни забраждания и прически. Липсва съвременно осветление, което може да насочи погледа на посетителя към даден предмет, за да се разкрие цялата му красота. Днес, посредством телевизията и Интернет, ние ставаме съпричастни на уникални технологии и визуални ефекти, получаваме пълна информация за света около нас, докато повечето от експозициите на етнографските музеи в България не са се променяли през годините като изразни средства и визия. Възможностите за разнообразяване и оживяване на експозициите за забавно прекарване на времето и засилване интереса на публиката са много – нужни са повече идеи, находчивост, както и мотивация, и стимулиране на музейните специалисти, и преди всичко много финансови средства.

Повечето от Регионалните музеи в страната са финансово зависими и подчинени на съответните общини и на органите на местното самоуправление. През последните години се откриха нови възможности и източници за формиране на музейни доходи – субсидии, дарения, спонсорства, приходи от посетители. Чрез участия в различни европейски програми и проекти на много музеи в страната бяха отпуснати диференцирани парични суми, с които се направиха “козметични” ремонти по текущи нужди на сградите – покриви,

огради, тоалетни или се закупи техника – компютри, принтери, фотоапарати. За обновяване (осветление, музейна мебел – витрини, манекени) или за ново вътрешно пространствено оформление на експозициите много трудно се намират средства както от общините, така и от проекти и спонсори. А музеите се нуждаят и от нови помещения и здания за нарасналия си фонд през годините, защото музеите се представят чрез своите експозиции и изложби, но съществуват и съхраняват сътвореното от човека чрез фондовете и колекциите си.

Преглеждайки пресата от 80-те години на XX в. до сега (в-к “Култура”, “Поглед”, “Отечествен фронт”, “Сега”, “Дневник” и др.), както и специализираните списания (“МПК”, “Векове”, “Проблеми на изкуството”, “Исторически преглед”), материалите, отразяващи музейното дело в миналото и днес, не се отличават много едни от други и поставят едни и същи проблеми – за опазване на културно-историческото наследство, за неговото документиране и комплектоване, консервация и реставрация, финансиране. И днес продължава старата традиция да се откриват тържествено изложби, да се правят еднократни мероприятия, в които няма нищо лошо. Проблемите за разрешаване обаче остават. Може да се окаже, че след 100–200 години събраната материална и духовна култура за човека на XIX и XX в. няма да я има, или ще бъде в много лошо състояние заради недоброто ѝ опазване и съхраняване в неподходящи помещения. Този твърде наболял въпрос на музейното дело като че ли все още остава встрани от полезрението както на ръководствата на музеите, така и на общините, на Министерството на културата.

По покана на музейни работници от Чехия – Лудвиг Скружни и Марцела Халузкова, през 2000 г. посетих Историческия музей в гр. Високо мито – града на братята Херменегилд и Карел Шкорпил – основоположници на българската археология, където имах възможност да се запозная не само с експозицията, но с документацията, научния архив и фондовете. Сбирките и колекциите бяха разпределени в различни помещения според материала на предметите – керамика, дърво, метал, стъкло и порцелан, текстил. Всичко беше подредено на рафтове или сложено на специални стелажи, а тъканите и дрехите – затворени в шкафови и гардероби. Голяма част от накитите, оръжието бяха увити в хартия. Поддържаха се и необходимите климатични условия като температура и влажност. При работа с предметите колегите използваха ръкавици и всяко влизане в съответния фонд се документираще. Споделям тези лични впечатления не случайно, защото преди да правим “Нощ на музеите” по френски образец, да си направим фондове, например, по чешки образец.

Освен модернизирването и осъвременяването на експозициите и фондовете, един от важните проблеми, които стоят пред етнографите, е за бъдещата събирателска работа. Какво от втората половина на XX в. или от днешния ден трябва да се съхрани и опази във фондовете, кои са културните свидетелства на времето, кое е най-типичното за човека на XX в. (Попов 2002: 93). Това са и едни от съществените въпроси, дискутирани на Втората Международна конференция на специалистите от етнографските музеи от Централна и Югоизточна Европа, проведена във Виена през 2002 г. Според някои от изразените

становища в “новите” етнографски музеи, които ще представят на бъдещите поколения човека и обществото на XX в., трябва да се търси присъствието на някои от типичните белези на националната идентичност. Сръбските и чешките етнографи дават пример със специфичните за средата на XX в. ръчни плетива и бродерии, украсяващи както домашния интериор, така и облеклото на жените или саморъчно изработените сувенири и ювелирни изделия. Други са на мнение, че обектите, които трябва да попълнят новите етнографски колекции, следва да бъдат в непосредствена връзка с ежедневието на човека и да отговарят на три основни критерия – научност, социална и естетическа стойност. Почти всички споделят мнението за приемственост между традиционно и модерно в бъдещите етнографски експозиции и изложби, както и за демонстрирането на националните културни ценности в по-широк сравнителен и териториален аспект – балкански или европейски (Попов 2002: 94–95).

Смятам, че българските етнографи вече са закъснели по отношение на етнографията на съвременността, тъй като събирането на материали (артефакти) се ограничава до първата половина на XX в. и много рядко се попълват колекциите със съвременни вещи и предмети. За това е нужно прилагането не само на нова музейна политика, но и изграждането на нови фондохранилища.

По проблемите на събирателската работа искам да засегна и въпроса за взаимоотношението град – село. За съжаление, в нашите музейни и научни среди продължава да битува становището, че обект на изследване на етнографията трябва да бъде селската култура, докато градската е приоритет за отделите Нова и Най-нова история. Този възглед се подсили след 1990 г., когато много исторически музеи в страната преобразуваха своите експозиции, посветени на революционните борби, на политическите партии и движения в България (XIX – средата на XX в.) и на периода на социализма, в експозиции и изложби на градския бит. Разбира се, че това е по-атрактивно и забавно, отколкото да се представи икономическото, политическото и културното развитие на страната през тези периоди. В бъдещите музеи трябва да се намери нужното равновесие при изграждане на тематичните експозиции, в представянето и обяснението на историята за човека и обществото. Може би е дошло времето, в страната да бъде създаден един съвременен екомузей, който да покаже развитието на общностите и тяхната културна патримония (Моноилова 2002: 81).

Проблемите, касаещи днешното и бъдещето развитие на музейното дело в България, не само в областта на етнологията, са много и от най-различно естество. Няма да засягам въпросите за първичната обработка на материалите при постъпването им в музея, за документацията, реставрацията и консервацията, за консултантската и информационната дейност, рекламата и рекламните издания (брошури, картички, дипляни, дискове), обслужването и т.н., а искам да представя на вашето внимание връзката между музея, като културна институция и публиката, която идва в него.

Очевидно времето на “музея като храм” вече е отминало и той все повече се превръща в място за срещи, разговори и обмен на идеи, където хората от

всички възрасти и социални слоеве могат да общуват помежду си. Естествено това влече след себе си процес на комерсиализация: поява на кафенета, ресторанти, магазини. Въпросът е все пак, как да се намери баланс между музея като пазител на паметта на човечеството, от една страна, и като “универсален” магазин, от друга.

В много европейски и северноамерикански музеи има разработени специални програми за работа с ученици, студенти, семейства, за млади и възрастни, провеждат се специализирани екскурзии и курсове по интереси. В ирландските музеи се работи по дългосрочни и краткосрочни планове – програми за провеждане на различни културни прояви, които се разпращат по пощата и стигат до всеки. В дните около празниците на Все светии, Коледа и др. се организират седмици на традиционната кухня и музика, съпроводени не само с лекции, но и с практически занятия за изработване на играчки, маскарadni костюми, с демонстрации и анимации на ритуали. Организират се изложби – базари, които придобиват все повече панаирен характер.

Цялата организация на музеите в САЩ предразполага посетителите да прекарат дълго времето си там, приятно и интересно. В Музея на науката в Бостън няма надписи “Не пипай експонатите”. Тук можеш да се претеглиш на кантар, който показва теглото ти, ако си на Луната или на Юпитер, можеш да вземеш в ръце различни човешки органи от пластмасовия човек, провеждат се опити по физика и химия. В музея на Меса Верде, щата Колорадо, разкриващ бита и историята на местните индианци, през лятото гостуват известни разказвачи на приказки и истории за индианци, които събират огромна публика (Цанева 1994: 6).

Във Валашкия природен музей в град Рожнов под Радгоштем – Чехия, представящ народната култура на карпатските територии на Моравия и Силезия (Валашкия музей..., 1976: 9–23), актьори и самодейци-доброволци възпроизвеждат обреди, старинни игри, показват занаятчийски умения и практики – дърводелство, приготвяне на сметана, мелене на жито. Всички тези развлекателни прояви и заигравания с посетителите спомагат за съществуването и популяризирането на музеите.

Смело мога да заявя, че в българските музеи най-малко се работи с публиката – българска и чуждестранна. Взаимовръзката посетител – музейен специалист най-често се изчерпва с тематична или обзорна беседа, предоставяне на литература или консултация по дадена тема на ученици, студенти, граждани. Свикнали сме да мислим, че след като експозицията се е харесала на посетителите и те са дали своята положителна оценка в книгата за впечатления, ние сме си свършили работата. Разбира се, това са едни от индикаторите за общуване с публиката, за да се разбере нейното мнение, но това не е достатъчно. Може би трябва да се приложат на практика изпитаните вече модели за социокомуникация от САЩ и Западна Европа (Сачев 2001: 14–26), да се преосмисли цялостната организация и управление на музейната дейност, за което е нужно да се приеме и нов закон за паметниците на културно-историческото наследство.

Рязкото отваряне на България към света изисква и ново отношение както към музея като културна институция, която поучава, интригува и забавлява, така и към публиката, която идва в него. Най-погрешната мярка за съществуването на един музей – етнографски, археологически, художествен, е неговата популярност или участието му в международни прояви. Музеят съществува като паралелна реалност и неговата най-висша цел и смисъл е да служи като коректив на социума и да върви една крачка напред пред обществото. Етнографските музеи имат големи възможности за осъществяване на това призвание, като работят не само за конкретна публика, но и да създават своя публика. Съвременният свят, който все повече се глобализира и комерсиализира, а туристическата индустрия и мултинационалните общества се разрастват, налагат и нова основа за развитието на етнографските музеи.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Алексиева, 1994:** Алексиева С. Човекът, който създаде “Етъра”. С., 1994, 7–21.
- Валашки музей в природе, 1976:** Ostrava, 1976, 9–23.
- Дичев, 1976:** Дичев, Ив. Да отделим културата от държавата. – В: Вестник “Сега”. 26 февруари 2005, 1976, 9–11.
- Комитска, Борисова, Кръстева, Димитрова, Миладинов, 1995:** Комитска, А., Борисова, В., Кръстева, Евг., Димитрова, Сн., Миладинов, П. Светът на българката. С., 1995, 5–16.
- Мануилова, 2001:** Мануилова, Игл. Интернет – музеят и виртуалната етнографска експозиция. – БЕ, 4, 2001, 63–76.
- Маноилова, 2003:** Маноилова Игл. Идеята за екомузея – поява, състояние и перспективи. – БЕ, 3, 2003, 80–100.
- Недков, 1998:** Недков, С. Музеи и музеология. С., 1998.
- Пеева, 2003:** Пеева, Ир. Модерният музей и ролята му за регионалното, културно, туристическо и икономическо развитие. – В: Модерният музей – модели за адаптация. Габрово, 2003, 45–55.
- Попов, 2002:** Попов, Р. Етнографските музеи в Европа пред едни и същи изпитания. – БЕ, 4, 2002, 91–99.
- Сачев, 2001:** Сачев, Евг. Въведение в комуникативната музейна политика. С., 2001.
- Сачев, 2002:** Сачев Евг. Социомузейна култура. Речник. С., 2002.
- Тенева, 2002:** Тенева, Н. Националният етнографски музей на границата на две хилядолетия. – БЕ, 4, 2002, 79–90.
- Цанева, 1994:** Цанева Р. Защо американските музеи винаги са пълни с посетители. – В. Народно дело, Варна, 2-3 юли 1994.