

Библиограф.
с. 22, 81

ТЕКСТОВЕТЕ В МУЗЕЙНАТА ЕКСПОЗИЦИЯ

Магдалина Станчева

Писменото слово – елемент на музейната комуникация

Текстовете или надписите, както по-късно се означават понякога, са много съществен елемент на музейната експозиция. Те съдържат част от необходимата за посетителя информация. Те не могат да заместят експоната и той си остава главното в експозицията. Но самият експонат би бил значително подценен, ако не бъде придружен от съответния за него текст, т.е. текст, който е необходим и му отговаря по съдържание, големина, форма и пр. Може ли тази наглед твърде опростена и еднозначна постановка да бъде сериозно оспорена в условията на съвременното многообразие на подходи и решения към проблемите на музейната експозиция? Позволявам си да твърдя, че теоретическо и принципиално отричане на необходимостта от текстове в експозициите не се защитава в съвременната музеоложка литература. Напротив, има сериозни указания, че колебанията по този въпрос, доколкото са се появявали, са преодоляни¹.

Не може да се отрече обаче, че в практиката на някои музеи (включително у нас) работата по създаването на добри и задоволяващи нуждите на публиката текстове се подценява. Често за това подценяване се търсят мотиви и аргументи, които се опитват да изхождат от принципиални положения за основната характеристика на всяка експозиция, за основното действие, чрез което публиката влиза в контакт с нея.

Без да се отклонявам тук към теоретически въпроси на комуникацията, считам, че всяко опростяване на този процес в музейната зала чрез елиминиране на едно от средствата за нейното осъществяване създава и изкуствена ситуация, спуска бариера пред комуникационните канали – следователно представлява действие срещу поставената основна задача за връзка с публиката. А самата идея за елиминирането на словото от комуникационните средства в неговото писмено изразяване вече звучи нелепо.

Подготвянето на текстове за една експозиция е особено трудна работа. Защото изискванията за добър музейен текст са твърде много и понякога противоречиви. Краткостта и яснотата не всякога вървят заедно, а съдържателността и научната точност се съчетават трудно с разбираемостта и достъпността на един текст².

Създаването на текстове за експозиция е едно от големите изпитания за майсторството на музейния работник. При това не съществуват общовалидни препоръки и схеми, по които да може да се работи. Създаването на текстовете е творчески процес, свързан най-тясно със създаването на самата експозиция, но със своя специфика. Тя се усложнява от безкрайното многообразие на обектите, изложени в музеи от различен вид или дори в един и същ музей, а оттам и твърде различната необходимост от информация по вид, по обем, по форма при различни музеи и различни експонати в един и същ музей.

Не се ли крие донякъде в тази трудност на задачата опитът на някои музейни работници да се избавят от нея чрез намаляването на текстова информация в експозициите до минимум, понякога до оскъдни по брой и лаконични по съдържание надписи към (някои от) експонатите? Така се подхожда вече на много места у нас и особено често в експозициите на произведения на изкуството (галериите).

За и против текстовете в музейната експозиция

Няколко са възраженията, които се правят от противниците на текста в експозицията. Първото и най-често изказваното е, че посетителят идва в музея да гледа, а не да чете. Естествено четенето не е негово първо занимание, първа цел на посещението в музея. Но лишаването на изложението от обяснителен текст отнема на посетителя правото да избира и да решава сам, нуждае ли се от допълнителна информация освен тази, която му дава самият експонат или група от експонати. Четенето, което е втори момент при разглеждането (но – и това е много съществено! – също представлява визуално възприемане) би могло да бъде избегнато частично или изцяло по желание на посетителя. Защото той е подготвен за второстепенното значение на текста със самия факт, че идва да разглежда. Но ако посетителят почувства нужда от съдържащата се в текста информация, тя трябва да бъде на негово разположение. При това възприемането на текста става по зрителен път, т. е. чрез вече мобилизирани сетивни органи, което може да усилва концентрацията на вниманието. Иначе казано, ако текстът не е главното, това съвсем не означава, че експозицията може да се лиши от съществен елемент на

комуникацията, т.е., че музеят може да си позволи да лиши посетителя от текст.

Правото на избор на посетителя (в случая – да чете, или да не чете) е много съществено, защото е свързано с общодостъпността на музея. Музеят не само не поставя никакви възрастови и образователни ограничения за своята публика, но е длъжен да премахва всяка пречка пред нея, така че да задоволява всички и да има възможно най-широко образователно и възпитателно въздействие над обществото. Такова разбиране не изключва значението на други привлекателни страни на експозицията като: място за краткотраен приятен отдих, за вглъбяване или развлечение, за различна степен на емоционална възбуда или успокоение. Комуникативната роля на музея, която без съмнение се опира на достъпността и разбираемостта на експозицията, е свързана с приемането на информация и внушения, с преживяването, което не може да се отдели напълно (или може би никак?) от познавателния процес и зависи от широтата на възприемането.

Избягването или свеждането до минимум на текстовата информация всъщност води до същия негативен резултат както и злоупотребата с текста – тя отблъсква от музея значителна част от потенциалната публика. Това е най-често онази публика, към която музеят особено би трябвало да насочва своето внимание – по-слабо информираната, помалко подготвената. В крайна сметка по такъв начин музеят би си върнал реномето на елитарен институт – реноме, с което никой съвременен музей не би се гордял.

Определено може да се говори за различни периоди в развитието на отношението към текстовата информация в музея. За елитарния музей, който, поне теоретически, се счита за преодолян и отречен, е характерно минималното количество текстове. Времето, което затвърди идеята, че музеят е елитарна институция заема значителна и важна част от историята на музейното дело. Нищо чудно, че тази идея не само не е преодоляна, но има и сега свои адепти, които, изявено или не, съдействуват музеят да остава чужд на някои слоеве на обществото. Бурната демократизация на музеите в света след Втората световна война даде съвсем други права на текста в експозицията – той се оказа абсолютно необходим. Независимо от това много от музейните „колоси“ запазиха своята лаконичност. В страните на т. нар. социалистически лагер дидактично-пропагандният характер на експозициите предизвика такова претоварване с текстове, че доведе до негативна реакция не само у публиката, но и у музейното братство. През петдесетте и шестдесетте години залите на българските музеи се превърнаха в читални. По таблата и във витрините сякаш бяха налепени страници от учебници по марксизъм, по пар-

тийна история и по партийни оценки за човешката и в частност за българската история. Нищо чудно, че реакцията доведе на много места до крайност в обратната посока. Щом затова се създадоха известни възможности в един период, в който доминираше един естетски уклон (той също подлежи на критичен анализ), много музеи с облекчение сведоха до минимум текстовите обяснения, често в ущърб на понятността и достъпността на изложеното³.

От началото на седемдесетте години в редица музеи на САЩ и Западна Европа се забелязва подчертано нарастващо уважение към текстова информация. Теоретически тя се включва в по-широкото понятие „графична комуникация“. Не е случайно и появяването на редица музейно-оформителски статии, студии, специални издания, посветени на текстовете⁴.

За съжаление у нас тези въпроси не са разгледани теоретически и не могат да се смятат за решени практически. В книгата на Т. Силяновска „Основи на музеезнанието“ (1972 г.) на въпроса за текстовете в експозициите са посветени словом и цифром 23 реда, при това с най-общо съдържание. Това не означава, че българските музеи не са търсили и намирали пътища за практическо решаване на въпроса. Не е в задачата на тази статия да се дава оценка за постигнатото, още по-малко да се обобщи оценка за всички музеи у нас. Това не е възможно, нито би било правилно. Еднозначна оценка за една дейност, която зависи от отделния творец не може да има, въпреки някои общи черти на текстовете в българските музеи. Но по обем те намаляха почти навсякъде през последните двадесетина години.

Българското музейно дело, което се изграждаше след 9.IX.1944 г., ползвайки широко съветски опит, възприе съветската система от текстове в експозициите. Развитието на нашите музеи през тези години премина през различни етапи, които намираха отражение в експозициите. Ролята и мястото на текстовете се изменяха също. През първите 10–15 години след 1944 г. музейните експозиции бяха претоварени с текстове. Този период е отдавна отминал, но тук-там се запазиха твърде дълго някои негови елементи. Те бяха свързани с укрепването на личностен режим. Появиха се цитати на „първия ръководител“, които трябва да звучат като евангелски истини.

Друга причина за претрупването на нашите експозиции с текстове беше това, че на текстовете се гледаше като на средство за излизане от трудни ситуации, за запълване на празнини, за „врзване на краища“ или за заместване на експонати. Такава роля на текста бе отхвърлена от българската музейна практика вече твърде отдавна. Основно противодействие станаха преди всичко обогатените фондове. Сега вече повечето

експозиции могат да се облекнат преди всичко на „красноречието“ на експоната.

Не по-малко решаващо бе и преодоляването на схематизма при представянето на процесите и явленията, който налагаше стриктни тълкувания и те се изразяваха преди всичко чрез използване на многобройни цитати.

И на трето място освобождаването на експозициите от претовареност с текстове отразява и порасналите професионални възможности на музейните кадри у нас в резултат на натрупан опит и по-широка музейна култура, на задълбочаване на изследователската работа, на овладяване на научните проблеми, които експозицията представя. Това доведе в много музеи до отпадането на общи положения в съдържанието на текстовете и до заместването им с много по-конкретна и непосредствено свързана с тематиката на музея информация. Но тези положителни процеси не са доведени навсякъде докрай.

Второ аргумент против текстовете е наличието на екскурзоводи и информатори. Използването на екскурзовод или прибегването за обяснения до информатор е също въпрос на желание от страна на посетителя, както и четенето на текстовете. Освен това на практика екскурзоводът рядко се занимава с единични посетители или с малки неорганизирани групи. В много музеи екскурзоводската беседа се заплаща, което може да накара посетителя да се въздържа. В музеите с много голямо посещение, особено сезонно, екскурзоводите понякога не са в състояние да поемат всички групи, още по-малко всички посетители. Но дори и всички тези пречки да биха били отстранени, присъствието на екскурзовод при обиколката не може да бъде наложено на посетителя като единствен източник на информация, защото това означава да се намали неговата свобода на избор при разглеждането и времетраенето на престоя в музея.

Анкети, правени в музеи, показват, че около една трета от посетителите считат, че присъствието на екскурзовод при разглеждането на експозицията е задължително; 32,8% от посетителите, след като изслушат беседата, разглеждат самостоятелно музея; 31,4% биха искали да се запознаят с експозицията съвсем самостоятелно. Следователно цялата необходима (преценена като необходима) информация трябва да бъде на разположение на посетителя без той да бъде принуден да търси екскурзовод или информатор⁵.

Съществува и едно специфично обстоятелство, което в никакъв случай не може да се пренебрегва в настоящите условия. Екскурзоводът се възприема (а затова има достатъчно основания) като един официозен коментатор на музея, като проводник на определена интерпретация. За

съжаление трябва да признаем, че на нашите музеи волю-неволю бяха наложени определени задачи – политическа интерпретация на новата и най-нова история с изопачаване на факти, антирелигиозна пропаганда и пр., и пр. Това подкопа у мнозина доверието към беседата в музея. Това доверие ще трябва да се спечели отново. Екскурзоводът трябва да стане или да остане търсен и желан събеседник на посетителя. Но екскурзоводът не е алтернатива на текста в експозицията. Както се вижда, словото на екскурзовода може да предизвика задълбочаване на интереса, допълнително разглеждане, търсене на подробности и пр., при което посетителят се обръща сам към текстовата информация.

Друг начин за поднасяне на информацията са индивидуалните касети със запис на екскурзоводската беседа. Това се практикува главно в много големи музеи, с посетители от различна народност, на които се предлагат записи на различни езици. Беседата може да се изслуша и на неподвижни апарати, монтирани при входа на залата. Такива системи имат безспорно много удобства. Но те не са достъпни за всички музеи, нито за всички посетители. Те не могат да подменят изцяло надписите. Някои от музеите, които ги използват също не са премахнали текстовете в своите експозиции. А там, където това е направено, комерсиалните съобщения упражняват известна принуда над посетителя.

Друг начин е озвучаването на залите с високоговорител. В този случай беседата е на разположение по определен график, който налага да се съгласува времето на обиколка на посетителя с него. Такова озвучаване се практикува предимно в малки музеи, тъй като за големи съдържа редица неудобства. Но и в този случай се налага определен ритъм на разглеждане. А той може да не отговаря на интереса и волята на отделния посетител. Освен това такова озвучаване смущава онези посетители, които не се нуждаят от съобщаваната информация. Използването от посетителя на слух и зрение едновременно може да внесе разсейване или претоварване на посетителя, тъй като синхронизирането не зависи от него. Някои изследвания са показали, че и при наличието на технически средства за слушане посетителите избират визуалния способ на информация, т. е. – четенето.

В някои музеи текстовете в експозицията се намаляват значително, а на публиката се предлагат пътеводители и каталози. Изследвания върху публиката са показали, че предварителното четене на пътеводителя не подпомага особено възприемането, докато четенето след разглеждане се приема с по-добро разбиране и запомняне. Така че в процеса на разглеждането надписите остават необходими. Каталогите, които позволяват по номера на предмета, поставен до него, да се намерят подробни данни, затрудняват посетителя, разкъсват вниманието. Освен това тези

печатни издания обикновено се купуват, а не всеки посетител прави това⁶.

Изложените съображения само подчертават необходимостта от достатъчно информация чрез написани текстове (надписи). Устното слово, каталозите, касетите имат също своето място в музеите според вид и уредба.

В съвременната музеоложка литература, както отбелязахме и по-горе, необходимостта от текстове в експозициите не се оспорва. Различни конкретни въпроси са обект на проучване и дискусия. Отчита се сложността на задачата и необходимостта от различни изследвания – физиологични и психологични изследвания на визуалните проблеми, свързани с четенето, педагогически и социологични изследвания и др. Правят се опити за извеждане на общовалидни практически указания за външния вид на текстовете – размери, цветове и пр. На тези въпроси са посветени отделни книги и немалко статии в сборници и периодични издания, главно на западната музеоложка литература. Почти всички изследвания върху експозициите се занимават и с въпросите на текстовете, а в някои страни се издават и практически наръчници, посветени само на текстовете в експозициите⁷.

Съветската музеология, основавайки се на своята практика, определи ролята и значението на текста в експозицията, разграничи видовете текстове според тяхното място в тематикоекспозиционния план. Добре известно е, че създадената в СССР система от текстове бе въведена в българските музеи и направена почти задължителна чрез указанията за подготвяне на т. нар. експозиционни документи. Основните положения на тази система са изложени накратко и в най-новото съветско-източногерманско Музееведение (1988 г.) в обем от 2–3 страници. За съжаление тези страници не съдържат нито критичен поглед към отдавна утвърдената в почти всички съветски музеи партийна догматика, нито достатъчно полезни препоръки в практически план. Що се отнася до функцията на различните видове текстове, те в общи линии запазват валидност⁸.

За вида и съдържанието на текстовете

Съвременните изисквания към текста в експозицията съвсем не облекчават задачата на музейния работник. За българския музеен работник те я усложняват по много причини. Използването на готови текстове сега трябва да се замени със задълбочена работа по създаването на авторски текст, в който отличното владеене на материята да бъде съчетано с уменията да се предаде познание в ясна, кратка, изразителна форма.

Това общо изискване е валидно за всички музеи. Но необходимостта от повече или по-малко текстове в експозицията е различна според вида на музея и съдържанието на експозицията му. Както и всички други елементи на експозицията текстът служи на основната цел – да сближи максимално посетителя със съдържанието и да го приобщи към идеите, които то изразява, да му предаде познанието, което носи, да подпомогне разбирането, вживяването и преживяването. Каква част от тази задача може да се осъществи без участие на текст – това е може би първият въпрос, който създателят на една експозиция трябва да си изясни, преди да се залови за текстовете.

Необходимостта от повече или по-малко текст зависи от степента на известност и разбираемост на обекта на експозицията и като цяло и в неговите отделни елементи. За съжаление да се намери мярката в това отношение е трудно. Лесно е да се препоръча: „Не обяснявай известно-то“. Но е трудно да се прецени, кое може да се счита за известно за всички или поне за почти всички посетители. Може да се вземе предвид доколко представяните теми и отделни въпроси са свързани със задължителната общообразователна училищна програма или доколко те са обект на текуща информация в пресата и пр. Самият автор на експозицията не може винаги да прецени сам степента на достъпност – на него ще му пречат повече или по-малко познанията му на специалист. Прибягването до съдействието на неподготвени лица може да бъде много полезно за намиране на мярката. Но и тук не може да се отиде в крайност и без съмнение ще се търси някакво средно положение. Наистина понятието „среден посетител“ може да бъде оспорено⁹. Търсенето на мярката остава мярка и за автора на експозицията.

Когато се прави опит да се прецени степента на известност, на познатост като относителна мярка може да се приеме отдалечеността по време. Това е най-често срещано положение – делът на „миналото“ в музеите е толкова голям, че за повечето хора именно то е домен на музея. Но каквито и промени да са настъпили и да настъпват, отминалите епохи в живота на човечеството (а и на неговата среда, и на природата) ще заемат винаги най-значително място в музейните експозиции. Специалистът твърде често счита за всеизвестни много факти, които за „средния посетител“ се непознати. Ако са били предмет на образователна програма, те са вече позабравени. Следователно тук колебанията за необходимост от текст трябва да бъдат по-малки. Естественият интерес на човека към живота на неговите предшественици може да бъде подхранен, ако се улесни контактът с миналото в неговото музейно представяне.

Това не означава, от друга страна, че всички предмети, включени в експозиции за отдалечени или по-малко познати епохи се нуждаят в еднаква степен от пояснителен текст. Необходимостта от текст не може да зависи от едно или две съображения, свързани със степента на известност, познатост, а от съвкупност от съображения. В тях се включва и значението на поясняването в контекста на цялата експозиция – дали то играе първостепенна роля или особено важна роля. Защото поставянето на текст, означава и поставяне на ударение върху онова, за което той се отнася.

От повече пояснения се нуждаят и онези факти, явления, обекти, които, независимо от своята близост до нашето време, са необикновени или редки или позволяват по-дълбоко навлизане в материя, до която посетителят няма достъп в своето всекидневие.

А по принцип какво е за предпочитане: да се каже нещо излишно на знаещия или да се остави без пояснение незнаещият? Трябва да се признае, че по-демократично е първото. Добро решение и за двата случая са двустепенните текстове, на които се спираме по-долу.

В следващите редове се прави опит за някои препоръки за отделните видове текстове в експозицията. Но истини от „последна инстанция“ в тази работа няма – добри решения може да има и в разрез с всички „правила“.

Много музеи поставят в началото на своята експозиция някакъв текст, който изразява основна и силна идея, някаква мисъл, която е особено съществена за разбиране на съдържанието на експозицията. Това са почти винаги цитати. Изборът на такъв текст е труден и отговорен. Неговият автор трябва да бъде позната личност, безспорен авторитет, голямо име. Съдържанието трябва да бъде лаконично, ясно и силно. Всяко снижаване на такъв текст го обезсмисля. По-добре е да не се поставя, отколкото да се постави неизразителен и неотговарящ на идеите и съдържанието на експозицията цитат. Разбира се, решително трябва да се ликвидира с шаблонните цитати от политически лица. България има свои духовни титани и техни слова винаги могат да извикат тръпката на възлание, с която човек навлиза в музея. Задачата за избор на такъв текст се решава по-лесно в мемориални музеи, в домове-музеи на личности, като се използват техни думи или оценка за делото им от друга авторитетна личност. В такива музеи текст-цитат може да замести въвеждащия текст, ако отговаря по съдържание на такава роля.

В музеите, в които експозицията е разпределена на отдели, те обикновено са означени с название при входа на съответната зала. Традиционно в историческите музеи у нас се поставят възприетите в музейната структура названия на отделите напр.: Археология, Етнография, Въз-

раждане и пр. След като се прости с догмите, музеят не трябва да пренася автоматически административно използвани за отделите наименования в експозицията. Преди всичко тези наименования не са поставени по един и същи принцип – едните означават научни дисциплини, а другите са по-скоро тематични. При това те не могат да изчерпят съдържанието на съответните отдели, в които се смесват и различни научни дисциплини, и много повече теми. Прилагането на един принцип – хронологичен или тематичен, е за предпочитане. Но всеки музей би могъл да потърси и по-съдържателно, и по-въздействащо название. Това са първите надписи, с които се среща посетителят и не е без значение, какво очакване му внушават те.

Въвеждащите текстове са особено важни. Те се поставят в началото на определен дял или тема на експозицията. Названието им достатъчно добре показва, какво трябва да бъде съдържанието им – те трябва да дадат на посетителя най-необходимата обща ориентация в историческия период, в темата, в материята, която се разглежда в този дял на експозицията. При тях е особено трудно да се постигне пълнота, точност и краткост едновременно. Те предшестват експонатите и поради това не е желателно да задържат дълго посетителя, който е насочен към разглеждането. Но тяхната важност е почти неоспорима за повечето музеи със сложна и разнообразна тематика. Да не забравяме, че по-сложна тема от историческата (в най-общи смисъл) няма, а тя преобладава в нашите музеи.

Към създаването на един въвеждащ текст би могло да се подходи по следния начин:

1. Набелязват се в необходимия последователен ред елементите, които въвеждащият текст трябва да съдържа. Проверява се може ли да се елиминира някой от тях, ако не е от първостепенно значение. Съставя се окончателният им списък.

2. Изразяват се тези елементи в отделни фрази. Прави се опит да се обединят, където това е възможно. Изписва се предварителен вариант на въвеждащия текст, при който последователността, точността и необходимата информация са вече налице.

3. Обработка се грижливо всеки израз с оглед да се постигне яснота, изразителност и краткост. Отстранява се всяка излишна дума, заместват се неособено сполучливите изрази с по-точни. Изглажда се стилово, езиково и граматично целият текст.

Особено важен е първият въвеждащ текст. Той трябва да „спечели“ посетителя, да го убеди в полезността на изчитането на тези текстове. Въвеждащият текст трябва да се чете леко, без усилие и без да отнема много време. Ориентиращо може да се каже, че той трябва да съдържа

три до пет кратки изречения или около тридесет думи. Дългите и сложни изречения се възприемат по-трудно. Но, разбира се, би било добро постижение, ако с едно изречение, макар и съставно, успеем да изразим съдържанието, което трябва да има целият въвеждащ текст.

Не трябва да се прекалява и с броя на въвеждащите текстове. Те трябва да предшестват по възможност равномерни по значение дялове на експозицията, като създават своеобразен ритъм на процеса на разглеждането и подготвят посетителя за възприемането на нещо ново.

Въвеждащите текстове трябва да се отделят забележимо от останалите. Желателно е за всички тях да се възприеме един и същ материал и начин на изписване като размерът на техните букви надминава този на другите обяснителни текстове. Типизирането на въвеждащите текстове по външен вид улеснява посетителя.

Един начин да се провери пълнотата и последователността на съдържанието на въвеждащите текстове е да се съберат те в последователен ред заедно – техният сбор трябва да представлява едно добро резюме на цялата експозиция.

Обсъждането на тези текстове трябва да се прави от доказали своето умение в тази работа специалисти. Но много сполучлива проверка е да се поднесат те на представители на бъдещата ни публика и да се прецени, доколко сполучливо са направени.

С названието пояснителен или обяснителен текст се означават текстовете, които обясняват по-малък дял от експозиция (в установената структура – подтема или въпрос). Те би трябвало да бъдат много по-конкретни от въвеждащите текстове. Ако във въвеждащите преобладава идеята или обобщителната мисъл, при пояснителния текст трябва да са обяснени определени факти и явления, най-непосредствено свързани с експонатите в тази част на експозицията, за която те се отнасят. Пояснителните текстове имат и организираща роля за съответните експонати – те трябва да пояснят, какво е общото между тях, какво ги свързва, каква ситуация тези експонати заедно илюстрират. В пояснителния текст се съдържа тълкуването на предметите, за които той се отнася и в този смисъл той подпомага разкриването на семантиката на експоната. Иначе казано, обяснителният (пояснителният) текст е много по-близо до изложените предмети, отколкото въвеждащият, който ни сближава с темата на експозицията.

Според характера на музейната експозиция обяснителните надписи могат и да бъдат избегнати. Това се определя от степента на зависимост на експонатите един от друг, от необходимостта да се подчертае връзката между тях. Тази степен на текстови пояснения може и да не се налага във всички случаи.

При обяснителните или пояснителни надписи вече е възможно и често необходимо да се съдържат двустепенни текстове: един кратък, съдържаш по-малко и по-обща обяснения, и втори, който по-подробно изяснява въпроса. Задължително е те да се различават по големина на буквите, като естествено първият е с по-едни букви.

Двустепенните надписи са един от пътищата за създаване на различни нива на експозицията, които да отговарят на различна степен на интереси и подготовка у посетителите.

При съставянето на двустепенни надписи е добре да се спазва съотношение 1:2 между обема на първата и втора част на надписа, т. е. – втората би трябвало да бъде два пъти по-дълга от първата. Първата част казва най-важното и най-същественото. Тя трябва да задоволява у посетителя по-малка необходимост от информация. Втората част задълбочава и разширява информацията или тълкуването на фактите. Тя трябва да се възприема като естествено свързана с първата част на текста, като негово продължение. При необходимост втората част може да се удължи още повече. В тези надписи трябва да се прояви, от една страна, задълбочено познаване на въпросите и, от друга – умение да се поднесе знанието в популярна форма.

Мястото на пояснителните надписи, за разлика от това на въвеждащите, е в непосредствена близост до експонатите, за които се отнасят, сред тях, ако това е възможно. За тези надписи важат също така изискванията да имат всички еднакви размери на буквите, еднакво цветово оформяне и пр.

Поставянето на надписи към отделните предмети, към група еднородни предмети или към комплекс, който изисква общо обозначение се нарича най-често етикетаж. Това са абсолютно необходими надписи, към чието съставяне трябва да се подхожда с не по-малко внимание. Те определят и поясняват какво представлява отделният експонат и съобщават най-важното за него. Не е трудно да се установи, че посетителите четат най-често именно тези надписи. И независимо от това че в класацията те идват на последно място, време е да се разбере, че това е най-важният, първостепенният по значение надпис в експозицията, онзи надпис, който е част от главното действащо лице в експозицията. Засега, трябва да се признае, на тези текстове се обръща най-малко внимание.

Какво трябва да съдържа етикетът или надписът към определен експонат? Работата по неговото изготвяне изисква музейният специалист да се постави на мястото на посетителя и да се опита да си представи, какво би искал да научи за всеки отделен експонат. Това е задача съвършено различна от съставянето на текст за инвентарната книга или за каталога. За съжаление много често в етикета до изложения предмет се

чете текст, като че ли извлечен от научната картотека или от инвентарната книга. Описанието на един предмет в инвентара има за основна задача идентифицирането на предмета, а не неговото обясняване. Етикетът трябва да определя същността на експоната, неговата функция изобщо или в определена историческа ситуация, неговия произход, време, принадлежност и пр. Елементите, които ще се включат в текста на този надпис, зависят от вида на експоната. Естествено е, че от различна информация се нуждае един типичен за дадена епоха предмет и също такъв предмет, ако е принадлежал на видна личност.

При съставянето на етикет е желателно да се подходи така: набелязва се първо всичко най-съществено за съответния предмет, после се елиминира онова, без което може. Този метод от по-подробен към по-стегнат и кратък текст позволява по-обмислен подбор на данните, които ще се включат в надписа на етикета, отколкото ако се търси направо крайният окончателен текст.

В този най-близък до предмета текст трябва да се стараем да засегнем същността на предмета, да разкрием невидимото и невинаги понятно съдържание и значение, особено при наглед неособено интригуващите и неособено блестящи със своите видими качества предмети. Този текст всъщност обяснява на посетителя, защо такива предмети са тук.

Много често участието на един експонат в определена тема изисква да се изяснят онези негови характеристики, които имат връзка с разбирането на темата или въпроса, а не да се разгръща цялостно и обективистично съдържанието му. Изборното разкриване на семантиката е много съществено, защото помага посетителят да се насочи към връзката между изложените заедно предмети.

Разбира се, двустепенният текст и тук в много случаи е абсолютно необходим. Първата част на етикета, изписана по-едро, съдържа във възможно най-кратка форма информация за експоната. Под нея ще следват важните подробности, които могат да се изложат по-дълго или по-кратко според ролята и значението на този експонат в представянето на темата.

Очевидното, разбираемото от самото разглеждане на предмет или група предмети в експозицията не се нуждае от пояснение с текст. Тази наглед съвсем проста истина е много често пренебрегвана. Ето как лаконично и духовито холандският музеен педагог Г. И. ван Дер Хек изразява това: „Веднъж случайно в един провинциален холандски музей видях една тъмносива кана с украсено гърло и с прибрана подставка; на етикета ѝ прочетох: „Кана, тъмносива, декорирано гърло и прибрана подставка...“¹⁰

Подобни примери могат да се открият твърде много и в българските музеи. Нерядко се срещат текстове, като: „Гърне“, „Паница“, „Купа“. Явно е, че тук липсва онова определение на предмета, което го разкрива за посетителя. Трудно е да се оспори, че такива ясни и прости факти не трябва да се поясняват по този начин. Абсурдно е, че музеите са пълни с такива надписи. Прибавянето на дата (обикновено с век – „III в.“, „X в.“ или по-общо „XII–XIV в.“) не изменя положението. Такъв надпис не може да се счита за нужен и полезен – той не съдържа съществена и интересна за посетителя информация – формата и предназначението на предмета са ясни. Задължителното поставяне на датировката е оправдано, ако предметът е изолиран от други предмети от същото време, от комплекс или колекция с еднаква дата.

Може би трябва да изведем краткото правило: „Не са нужни текстове, които казват очевидното“. И това веднага ще ни помогне да намалим текстовете или да увеличим познавателната им стойност. А и едното, и другото е желателно винаги.

При подготовката на текстовете би трябвало да се съобразяваме и с едно друго кратко правило: „Не обяснявай едно неизвестно чрез друго неизвестно“. Какво казват например на един неподготвен специално посетител надписи като: „Ритон. III в. пр.н.е.“ или „Дивит“ или „Пинтадера“. Предметите, които нямат употреба в съвременния живот, са неразбираеми за посетителя, но надписите с подобни названия съвсем не подпомагат разбирането на тяхната функция, форма и пр. Придружаващият текст трябва да ги обясни, а не да съдържа само название, което често е на чужд език или представлява научен термин.

Това правило впрочем се отнася не само до придружаващия отделния предмет надпис – т. нар. етикетаж, но и до въвеждащите, и до обяснителните текстове, които често са така съставени, че разбирането им изисква справки в енциклопедията или в речника за чужди думи. Английският музеолог Брайан Морис смята, че трябва да се спазва като божия заповед правилото: „Не гледай на музейния посетител нито като на специалист, нито като на глупак“. Той смята, че надписи като: „Мандибула на хипопотам – плейстоцен“ са абсурдни и безсмислени в музея. Брайан Морис разказва, че в една витрина на малък английски музей видял парче ръждясало желязо, прикрепено на дървен прът и надпис „Слан, XVIII в.“ Чак след години той научил, че думата „слан“ е регионален термин за коса¹¹. За съжаление подобни текстове съвсем не липсват и в българските музеи. А канадският музеолог Ричард Кул се обръща по този въпрос към създателите на текстове със следните думи: „Дори и да сте решили, че вашите посетители имат поне дипломи на бакалавър, това не значи, че те ще бъдат в състояние да четат на бакалавърско ниво по всички въпроси.“¹²

И при етикетажа необходимостта от пояснения не е еднаква при различните видове музеи. Традиционно се приема, че музеите за изкуства, особено за изящни изкуства, се нуждаят от най-кратки надписи към отделен експонат. Но това съвсем не означава, че техните посетители трябва да бъдат третираны всички като „познавачи“ в областта на изкуството и че не трябва да се търси място и начин да се даде известна ориентация или информация за епоха, автор, художествено направление, техника и пр. Разбира се, в музеите за изкуство това трябва да се прави по-дискретно. Един музей като Орсе изобилства с информация, без тя да пречи и да се натрапва на информираната публика или на онази, която не желае да се информира. А в новия музей на Пикасо във всяка зала едно табло пояснява отделен период от творчеството му с текстове, дати и дори с фотоси.

По-особено стоят въпросите с текстовете в различните видове музеи, които представят техника и технология. При тях може да се препоръча обяснителният текст към експонатите да бъде на три нива:

1. Номинална интерпретация – название, материал, кой и кога го е създал или ползвал.

2. Функционална интерпретация – обяснява се целта на действието и как се постига.

3. Контекстуална интерпретация, при това в три дяла: а) поставяне на обяснявания уред в хронологическа връзка с предшестващи или следващи с подобна функция; б) поставяне в отношение с промишлеността (индустрията), която го е създала и с народа, който го ползва; в) поставяне в отношение с неговото основно обществено значение¹³.

За съжаление практиката показва, че най-често музеите на техниката се задоволяват с текст на първото ниво, докато именно второто и третото са най-важни.

Четенето на надписите – етикети, е един своеобразен разговор между музейния специалист и посетителя. Тук музейният работник излага резултатите от своя търпелив труд, тук се разкриват особености на музейното изследване. Надписите укрепват интереса, събуждат любознателността на посетителя. Те мотивират вниманието към обекта, с който се свързани и оттам – към задачите на музея като институт, който издирва, изучава, опазва и показва движимите културни и природни ценности. Тези последни по ред в скалата на писмените обяснения текстове трябва да създадат у посетителя освен всичко друго и уважение към музея и музейната професия.

В процеса на изработването на текстовете трябва да се предвидят най-малко две проверки за грешки – една преди даването им за окончателно изготвяне и друга – след това. Тези проверки трябва да се правят от друго лице, а не от автора на надписите и то, разбира се, от лице с отлично владение на езика, граматиката и с остро око. По отношение на

спазване на граматическите правила и особено на правописа текстовете в музейната експозиция трябва да бъдат безупречни.

Мястото на тези надписи е непосредствено до експоната, за който се отнасят, по възможност на една хоризонтална линия с точката, към която се насочва погледът на посетителя. Така връзката между текста и обекта е най-лесна за посетителя. За съжаление често под различни предлози това правило, проверено чрез много анкети, се нарушава. Обикновено се възразява, че етикетите претрупват витрината, ако тя съдържа повече предмети, че естетически съображения налагат да се изместят и групират и пр. Използването на обща плоскост, на която са написани всички текстове – етикети и са свързани чрез номер с отделните експонати е твърде неудобно. То изисква търсене, местене на погледа, нарушаване на процеса на възприемане. Когато пред една витрина застават няколко посетители, които искат да гледат и четат обясненията, свързването на текста с предмета става още по-трудно.

Откъсването на текста от предмета може понякога да бъде наложително. Би трябвало обаче при решаване на този въпрос да се съобразяваме с принципа, че колкото по-непознат и труден за разбиране е един експонат, толкова по-необходимо е текстът да бъде непосредствено до него. Защото връзката между текста и експоната изисква нееднократно преместване на погледа и късото разстояние на това движение е приемливо, докато голямото разстояние създава дискомфорт за посетителя.

Напоследък се практикува изписване на текстове на стъклото на витрината, в която са предметите, за които те се отнасят. Това е нежелателно по няколко съображения. Преди всичко естествено е стъклото да се възприеме като невидимо за посетителя – т. е. стъклената повърхност не е пречка за погледа, който е насочен през нея към съдържанието на витрината. Когато посетителят не намери вътре във витрината до предмета съответния надпис, това го затруднява. Надписът на стъклото изисква физиологично и психологично усилие: окото трябва да се акomodира за гледане наблизо (надпис на стъклото) и за гледане надалеч (предмет във витрината). Това е неудобно дори за посетители с нормално зрение, а още по-трудно е за онези, които носят очила. Поставянето на надписи на витрината има и друг негативен ефект – то изтъква присъствието на витрината, а доброто устройство на експозицията изисква това присъствие да се чувства колкото е възможно по-малко.

В експозициите се използват и един друг вид текстове, за които е прието да се наричат текстове експонати. Това са почти винаги свързани с епохата текстове – извадки от стари автори, от хроники, цитати от много известни съчинения, авторски поетични текстове и пр. Те внасят два много съществени елемента в експозицията – документалност и атмосфера. Когато са добре подбрани и уместно поставени текстовете експонати изпълняват отлично своята задача. С тях обаче в никакъв случай

не трябва да се прекалява, защото това обезсилва значението им и намалява интереса към тях.

В експозициите на българските музеи все по-често се използват фолклорни текстове – предимно народни песни, а по-рядко пословици. Изключителното богатство на българския фолклор дава възможност да се внесат в българските експозиции бисери на народна поезия, житейски опит и мъдрост, както и поетични отзвуци на исторически събития, на народни борби и надежди. Фолклорни текстове могат да бъдат използвани удачно не само в етнографски експозиции.

Възможностите за използване на фолклорни текстове бяха много добре осъзнати и мотивирани от български музеолози още твърде отдавна¹⁴. Много музеи вече прилагат успешно това.

Пожеланията, които могат да се отправят, за да запази тази практика свежестта и въздействието си са следните:

1. Да се търсят по възможност текстове на песни от съответния район, за който се отнася експозицията.

2. Да не се поставят много на брой фолклорни текстове в една и съща експозиция.

3. Където това е възможно и уместно да се използват песенни текстове заедно с мелодията или речитативно за озвучаване.

4. Да се избягват фолклорни текстове с малко познати на съвременната публика диалектни думи.

Текстовете експонати трябва ясно и категорично да се отличават от всички други текстове – това означава преди всичко различен шрифт, а също и различно оформяне.

Има ли или по-скоро трябва ли да има разлика в съдържанието между текстовете в т. нар. постоянни експозиции и тези на временните изложби? Както и при постоянните експозиции, необходимостта от повече или по-малко текстове във временните изложби се определя преди всичко от характера им, от темите, които те разкриват. Но доколкото изложбата е с по-ограничена, но обикновено по-актуална тема, би могло да се потърси за нея по-динамичен, по-интригуващ и въздействащ текст. Временният ѝ характер позволява музеят да се отклони от съдържания тон, който обикновено имат текстовете на трайните експозиции и да прояви повече смелост в този своеобразен диалог с публиката. Именно при временните изложби може да се експериментира друг подход в иначе твърде традиционните средства, с които си служат все още постоянните експозиции.

Ако положителните качества на текстовете в музея, независимо от спазването на някои вече посочени принципи и изисквания, си остават в зависимост от техния създател, то има отрицателни качества, които някои музеолози са се опитали да формулират като предпазно средство. Ето кои надписи са лоши според Бевърли Серъл¹⁵:

1. Много дълги; 2. много технически (научни) и неразбрани; 3. ограничени и с несъответстваща информация; 4. лошо написани, със синтактични, граматични и правописни грешки; 5. много дребни (3 x 5 см), с тесни междуредия; 6. трудни за четене поради избрания шрифт; 7. с лоши цветови съчетания; 8. лошо поставени спрямо експоната.

Основателно е да се зададе въпросът, какъв обем от текстове може да понесе една експозиция, без това да я направи уморителна, по-малко привлекателна и в крайна сметка по-малко ефективна. Ясно е, че общо-валидни правила не могат да съществуват поради различната необходимост от текстове в различните музеи, поради зависимостта от вида на експонатите и пр. Във всеки случай едно може да се счита за безспорно – не е допустимо преобладаването на текстовете над експонатите. При това не става дума за преодоляване по брой, а за времетраенето на изчитане спрямо (средното) времетраене на разглеждане. Оттук нататък положението ще се променя в зависимост от обективни фактори преди всичко. Но немалка е ролята и на автора на експозицията. Колкото по-умело се разкриват идеите, темите или семантиката на отделни предмети чрез други средства на представянето, толкова по-малка ще бъде необходимостта да се използват текстове.

Проверки на времетраенето на изчитането на всички текстове може да се направят предварително, като се съберат заедно те в последователен ред. Но времето за четене трябва да се проверява и при монтажа на текстовете на място за дадена група експонати. При двата случая лицето, което ще чете не трябва да бъде участник в създаването на експозицията. За това лице съдържанието на текстовете трябва да бъде непознато – непознатият текст изисква повече време за изчитане. Времето за изчитане на текстовете трябва да се сравнява с времетраенето на разглеждането на експонатите заедно с четене на текстовете. Разглеждането им без текстове няма да даде правилна представа за съотношението, тъй като самият текст изменя интереса на посетителя към предметите, като обикновено го повишава и с това се удължава времето на разглеждане.

Четливост на текста

Няма съмнение, че бързото, лесно и без умора четене на текстовете изисква те да имат оптимална четливост. Това зависи преди всичко от шрифта, големината и цветовете, които се използват за надписите. Въпросите на шрифта са разработени от художници специалисти в тази област. Изискването за ясен и лесен за възприемане шрифт е ръководно при избора. В никакъв случай то не може да бъде жертвано заради тър-

сене на естетически ефекти. Особено неблагоприятно се отразява използването на архаизиращи шрифтове с мотивировка, че те са в стила на епохата.

По отношение на големината съществуват също определени норми. Прието е, че буквен знак с височина 8 мм се вижда добре от човек с нормално зрение от разстояние 25 см. Следователно увеличаването на това разстояние налага и увеличаване на размера на буквите. Най-дребните букви в експозицията ще определят и увеличаващия се размер на буквата на следващите по значение текстове – разбира се, в съгласуване и с други условия в експозицията. Проверките на четливостта на буквите по форма и големина в условия на експониране са необходими¹⁶.

От много голямо значение за четливостта са цветовете, с които се изписват текстовете и връзката им с цвета на фона. Един холандски изследователски институт, който е правил изследвания върху различни проблеми на четенето е създад следната скала от съчетания на цветове с последователно намаляване на четливостта¹⁷:

1. Черно върху жълто
2. Зелено върху бяло
3. Синьо върху бяло
4. Бяло върху синьо
5. Черно върху бяло
6. Жълто върху черно
7. Бяло върху червено
8. Бяло върху зелено
9. Бяло върху черно
10. Червено върху жълто
11. Зелено върху червено
12. Червено върху зелено.

Френски специалисти предлагат малко по-различни съчетания без да ги степенуват по четливост: черно върху жълто; зелено върху бяло; жълто върху черно; бяло върху синьо; бяло върху червено; червено върху жълто; бяло върху черно; зелено върху червено¹⁸.

Както се вижда по първата степенувана таблица най-често използваните у нас, а и другаде съчетания от черно и бяло не са най-добрите.

При избора на цветове много съществено е да се направи чрез тях и разграничение между различните по роля видове надписи. Посетителят ще свикне да ги различава и да отчита и за себе си разликата в предназначението им, да избира необходимата му информация.

По принцип всички видове текстове в експозицията трябва да се правят така, че, ако се наложи някаква промяна, това да не представлява особена трудност. Но най-често може да се наложи подмяна на етикетажа. Сменянето на експонати, разместването на групи би трябвало да се осъществява често, а това ще изисква и поставяне на нови надписи. При

избора на техниката, с която те се правят, би трябвало да се има предвид необходимостта от често подменяне на етикета и да се търсят по-лесни и по-евтини техники. Разбира се, не може да се препоръча като най-добро използването на обикновена пишеща машина. Етикетажът трябва да бъде също така грижливо и естетично направен, както и всички останали текстове в музея.

* * *

Колкото и добре да бъдат разрешени въпросите за външното оформление на надписите, основното при тях е качеството на текста по съдържание, по стилни и езикови изразни средства. Да се кажат съществени и достатъчно факти и мисли, да се кажат в хубава форма, да се кажат кратко – трудна задача! Както духовито се е изразил един музеолог: „Като се вземат под съображение всички изисквания, става ясно, че само майстор на краткото есе би бил в състояние на пише музейни надписи, за нещастие твърде малко такива майстори работят за музеите.“

А може би си заслужава да потърсим такива майстори на краткия текст, да им предоставим една чернова от желаното съдържание на текста и да поискаме да го доведат до мечтаното съвършенство? Подобно съучастие се практикува в различни сфери на творчеството, където текстът играе важна роля, напр. във филмовите сценарии авторът на текста е понякога друго лице, а не авторът на сценария, а преводачите на поезия, обикновено също поети, често използват подстрочници, дадени им от добри познавачи на езика. Създаването на текстове може да бъде съчетание от знанията на един специалист и майсторството на друг – да го наречем отличен редактор. Важното е да получим добър резултат.

Борбата за добър текст е борба за спечелване на публиката. Това е наша свръхзадача и тя не може да бъде подценявана. От значението, което ние придаваме на текстовете в музейната експозиция и от грижата за възможно най-добри текстове зависи до голяма степен успехът на експозицията.

БЕЛЕЖКИ

- 1 Доказателство за това са редица публикации в музеологичната литература през последните години, в които въпросите „да има, или да няма“ са отстъпили място на конкретни проучвания и практически препоръки за мястото на надписите в експозицията, за тяхното усъвършенстване. Някои от тези статии се посочват по-долу.
- 2 Едва ли има друга дейност, свързана със създаването на една експозиция, за която толкова определено да се подчертава, че е особено трудна. Ще посоча тук само един от най-новите трудове по проблемите на експозицията: Hall, Margaret. On Display.

- A Design Grammar for Museum Exhibitions. London, 1987, p. 48 sq. На въпроса за текстовете е посветен изнесеният на Генерална конференция на ИКОМ доклад на холандеца Г. И. ван Дер Хек под надслов „Слушайте написаното слово“, отпечатан в МПК, кн. 4, 1972, 4–46.
- ³ Без съмнение това има своите положителни страни, ако не се доведе до противоположно положение. С възраженията срещу надписите като антиестетичен момент в експозицията са се сблъскали и чужди музеолози, но те им се противопоставят аргументирано – вж. напр. S t a n t o n, J. E. La communication et ses agents: quelques problèmes de présentation. – In: Museum. No 139, 1983, p. 162. Специално за музеите на изкуствата (галериите) отхвърлянето на необходимостта от текстова информация с аргумента, че изкуството или се разбира, или не, е също неприемливо, особено когато се изказва от художници, които са на отговорни музейни постове. Такива идеи защитаваше напр. А. Нейков в интервю в сп. София, 1986, кн. 8, 7–8.
- ⁴ Срв. напр.: К о о l, R. L'effet de la conception des étiquettes sur l'efficacité des expositions. – In: Muse. Association des musées canadiens, été 1985, 38–43; К а у е, G. Let make Museum Labels Redable. – In: History News. American Association for state and local History. Vol. 35, No 10, october 1980, p. 40 sq.; S e r r e l l, V. Making exhibit Labels. A Step-by-Step Guide. – American Association for state and local History, 1983. 120 p.
- ⁵ П и щ у л и н, Ю. П. Музей и посетител. – В: Музейное дело в СССР. М., 1977, с. 130.
- ⁶ За някои неудобства да се разглежда с каталог вж. S t a n t o n, J. E. Op. cit., p. 162.
- ⁷ Вж. бел. 4.
- ⁸ Музееведение. Музеи исторического профиля. Под. ред. К. Г. Левыкина и В. Хербста. М., 1988, 220–222.
- ⁹ Интересни разсъждения по въпроса, с какъв тип посетител трябва да са съобразени надписите излага A d a m s, P. R. The Exhibition. – In: The Organization of Museums. Practical Advice. Museums and Monuments. IX, 4^e éd., 1987, Paris, UNESCO, 129–130.
- ¹⁰ Д е р Х е к, Г. И. ван. Цит. съч., с. 41.
- ¹¹ М о р и с, Бр. Специалните изисквания на музейния потребител. – МПК, 1983, кн. 5–6, с. 31.
- ¹² С о о l, R. Op. cit., p. 25.
- ¹³ W r i g h t, D. Idealised Structures in Museums of General Technology. – In: Museums Journal. Vol. 83, No 2/3, sept.-dec. 1983, p. 111.
- ¹⁴ К о й н а к о в, И. Документиране и илюстрация на музейната експозиция с произведения на народното творчество. – ИБИД, XXIX, 1974, 31–319; З а я к о в, Н. Етнографската експозиция на музея във Видин. – ИБИД, XXIX, 1974, с. 33.
- ¹⁵ S e r r e l l, V. Op. cit., p. 19.
- ¹⁶ Ibid., p. 81 sq.
- ¹⁷ Д е р Х е к, Г. И. ван. Цит. съч., с. 42.
- ¹⁸ M u s e u m, 1965, v. XVIII.

EXPLANATORY TEXTS IN MUSEUM EXPOSITIONS

MAGDALENA STANCHEVA

SUMMARY

The author deals with the principal issues of the communicative role of explanatory texts of expositions, contradictions in their assessment and evaluation, and explanatory texts in expositions in museums in Bulgaria.

The main questions are devoted to the type and content of explanatory texts, which are analysed on the basis of the author's own observations and opinions, as well as those of leading foreign specialists. The author also deals with the layout and fonts lettering of explanatory texts, offering a number of practical recommendations which would contribute substantially to improvements of expositions.