

Секция «Принятие решений: коммуникационные стратегии и социальные практики»

Феномен литературной репутации на примере литературного музея

Научный руководитель – Сорина Галина Вениаминовна

Коренева А.Ю.¹, Крюкова Ю.Е.²

1 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия, *E-mail: sashasmile29@mail.ru*; 2 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия, *E-mail: Juletta87@list.ru*

Исследование понятия «репутация» имеет длительную историю. Так во времена правления (1682-1725) Петра I заимствованное с иностранного языка слово «reputation» (франц.) или «reputacja» (польск.) определялось в русской лексике как «честь», «достоинство», «реноме». В толковых словарях (1865-2015) репутация характеризовалась как «общественная оценка», «мнение о достоинствах и недостатках». С середины 20 века и до сих пор в науке появляются междисциплинарные описания «узкоспециализированных репутаций»: например, «литературная репутация» [5], «корпоративная репутация» [9], «деловая репутация» [10], «политическая репутация» [11].

В представленной работе будет рассмотрен феномен литературной репутации. Литературная репутация — это многосторонний и многомерный процесс восприятия и оценки автора, будь то писатель, художник или другой представитель творческой профессии всеми участниками литературной системы. В литературную систему входят критики, литераторы, издатели, книготорговцы, педагоги, читатели и иные ценители искусства.

Г. Беккер в своей работе «Art Worlds» считает, что репутация в искусстве есть процесс, развивающийся во времени в основе которого лежат разделяемые социальной группой эстетические ценности. Все участники сообществ, оценивающие работы деятелей искусств формируют среду, в которой что-то считается прекрасным, а что-то безобразным [8]. Именно поэтому репутация, в том числе литературная, всегда неоднородна.

Следует обратиться к феномену литературного музея. Согласно словарю музейных терминов, литературный музей - это музей, собрание которого документирует историю литературы и современные литературные процессы [3]

Литературные музеи как феномен появляются в протомузейный период. Сначала они существуют в форме собраний древних рукописей при храмах и монастырях. Первый мировой литературный музей в 1857 г. в Марбухе и был посвящен творчеству Шиллера. Одним из первых институционально закрепившихся литературных музеев на территории России принято считать библиотеку - лицейскую Пушкиниану, открывшуюся в 1879 г. при Императорском Александровском Лицее. Позже библиотека была преобразована в музей. В конце 19 века появляются музеи М.Ю. Лермонтова, музей А.С. Пушкина в Михайловском, музеи Л.Н.Толстого в Москве и Петербурге [4]. И хотя эти музеи и не действовали в рамках какой-либо государственной политики, в целом, целью их возникновения была попытка сохранить память о литературных гениях. Как считает Е.Н. Мастеница, это можно было назвать началом процесса мемориализации [4].

Первые литературные музеи поначалу не выполняли тех функций, которые они выполняют сейчас (рекреационная, социокультурная, воспитательная). Скорее, это были места, связанные с литературными деятелями, их жизнью и творчеством, приходя в которые люди могли вспомнить почитаемых и уважаемых ими писателей. То есть, такие места выполняли сугубо мемориальную функцию [4].

Сегодня литературный музей выполняет множество различных функций. О.С. Крюкова считает, что в настоящее время литературные музеи выполняют еще и экономическую

функцию, являясь «маркером национальной идентичности». Раскрывая эту мысль, она добавляет, что все зависит от «масштаба личности и его творчества». Иногда творчество писателя выходит за пределы национальной идентичности, включаясь в формирование общеевропейской идентичности [2].

Неоспоримым кажется тот факт, что, действительно, масштаб личности писателя и его влияние на национальную и мировую литературу предопределяет появление музея его имени. Можно сказать, что репутация писателя влияет на появление музея. Интересным в этой связи представляется вывод советского литературоведа Е.Н. Хализева о том, что литературная репутация является собой динамичное явление. Для этого он вводит понятие «колебания литературной репутации». Даже после смерти писателя его репутация может неоднократно меняться в зависимости от ценностных установок общества в данный момент. Так, например, Хализев пишет о том, что И. Северянин был популярен у современников, но потом был «оттеснен на периферию литературной жизни». Хализев также утверждает и то, что в последнее время оказываются популярными писатели с произведениями, полными пессимистических, скептических и мрачных умонастроений, как, например, Ш. Бодлер, Ф. Кафка, Д. Хармс, Н. Заболоцкий. Ф.М. Достоевский с его трагизмом становится более востребованным, чем Л.Н. Толстой и его гармоничное видением действительности. Это и есть перепад в репутации [7].

Другим фактором литературной репутации является характеристика новаторства и смелости, с которой сам писатель заявляет о себе. Если его творчество разительно отличается от творчества предшественников, и он об этом «громко кричит», скорее всего, это будет вызывать резонанс в обществе и вызывать поддержку современников отчасти и вследствие привлечения внимания к себе. В свое время, по мнению Хализева, это относилось к А.С. Пушкину и Н.В. Гоголю. При этом, например, Н.М. Карамзин, Н. Островский и А.П. Чехов «шумными новаторами» не были [5].

Однако, часто оказывается, что помимо репутации как таковой, другие факторы оказывают влияние на фактическое возникновение литературного музея. Прежде всего речь идет об инструктивных решениях министерств культуры, которые в рамках действующей идеологии решают, какие писатели могут «формировать» культурную память народа, а какие нет. Инструктивные, по мнению Г.В. Сориной, - решения, «процедура принятия которых четко оговорена в соответствующих регламентирующих документах [6, с. 176]». В качестве примера инструктивных решений применительно к литературным музеям можно привести советское время, когда сразу после революции 1917 г. по всей стране началось движение по созданию литературных музеев. Например, были открыты музеи И.А. Тургенева, Ф.И. Тютчева, С.Т. Аксакова, а также других писателей, вошедших в список двадцати русских писателей, разрешенных в рамках действующей идеологии. Можно сделать вывод о том, что в данном случае возникновение литературного музея конкретного писателя зависело всецело от решения, продиктованного властью и обоснованного пропагандистскими целями. Немаловажной оказывается и поддержка писателя средствами массовой информации, которые зачастую также действуют в рамках заданной идеологии [7].

Перечисленные выше основания можно считать самыми важными при принятии решения о создании литературного музея. Однако, нельзя не учитывать факторы наличия (отсутствия) дома писателя (здания), хотя бы немного подходящего для принятия в нем посетителей-туристов. Если дом писателя уже есть, и, если он имеет потенциал физически функционировать в качестве музея, в нем организовать музей проще, так как есть история, связанная с этим домом и не требуется придумывать ничего нового. Кроме того, наличие большого количества предметов быта писателя становится немаловажным фактором при принятии решения о создании литературного музея.

Подводя итог вышесказанному следует отметить, что создание литературного музея является непростым многофакторным решением, но одно из базовых оснований оказывается именно литературная репутация деятеля искусства.

Источники и литература

- 1) 11. Устинова Н.В. Политическая репутация: сущность, особенности, технологии формирования [Электронный ресурс]: Дис. ... канд. полит наук : 23.00.02 .-М.: РГБ, 2005 (Из фондов Российской Государственной Библиотеки).
- 2) 10. Даулинг Грэм. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности. - М.: ИМИДЖ - Контакт, Инфра-М, 2003. – 368 с.
- 3) 9. Fomburn J. Charles. Reputation: Realizing Value from the Corporate Image Hardcover – January 1, 1996.
- 4) 8. Becker, H. Art Worlds. — University of California Press, 1984
- 5) 7. Хализев В.Н. Теория литературы. М.: Высшая школа, 1999. 398 с.
- 6) 6. Сорина Г.В. Принятие решений как интеллектуальная деятельность. М.: Канон+, 2009. 272 с.
- 7) 5. Розанов И.Н. Литературные репутации: Работы разных лет. М., 1990. С. 6, 18.
- 8) 4. Мастеница Е.Н. Литературные музеи России: генезис и эволюция // Вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2017. № 2(31). С. 108-111
- 9) 3. Литературные музеи. Российская музейная энциклопедия [Электронный ресурс] – Электрон. Текстовые дан. – Режим доступа: http://www.museum.ru/rme/sci_lit.asp
- 10) 2. Крюкова О.С. Феномен литературного музея: отражение национальной и региональной идентичности / Большая Евразия: Развитие, безопасность, сотрудничество. Вып. 2 Ч. 2 / РАН ИНИОН. Отдел науч. сотрудничества; Отв. ред. В.И. Герасимов, издательство ИНИОН РАН (М.), с. 596-597.
- 11) 1. Коренева А.Ю. Музей как глобальный гуманитарный проект: социально-философский анализ: дис. . . канд. филос. наук. – Москва, 2017. 143 с.