

**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЧЕЛЯБИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»**

**Факультет документальных коммуникаций и туризма
Кафедра туризма и музееведения**

И. В. Андреева

ТЕХНОЛОГИИ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Учебное пособие

по дисциплине «Технологии выставочной деятельности»
для студентов, обучающихся по направлению подготовки
51.03.03 Социально-культурная деятельность
Уровень высшего образования бакалавриат
Квалификация – бакалавр

**Челябинск
ЧГИК
2018**

УДК 069(073)
ББК 79.17я73
А65

Рекомендовано на заседании кафедры туризма и музееведения
6 сентября 2017 г., протокол № 1

- А65 Андреева, И. В.** Технологии выставочной деятельности: учеб. пособие для студентов, обучающихся по направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность, уровень высшего образования бакалавриат, квалификация: бакалавр / И. В. Андреева; Челяб. гос. ин-т. культуры. – Челябинск: ЧГИК, 2018. – 205 с.
ISBN 978-5-94839-648-4

Учебное пособие предназначено для студентов вузов, изучающих дисциплину «Технологии выставочной деятельности» в рамках обучения по направлению «Социально-культурная деятельность». Издание представляет собой систематическое изложение авторского курса и состоит из четырех глав, в которых выставка рассматривается как форма социально-культурной деятельности для проведения информационно-просветительной работы, организации досуга, как компонент программ формирования социальной компетентности и приобщения к социокультурному опыту посредством визуализации культурного наследия. Существенное внимание в пособии уделено социально-психологическим аспектам коммуникации выставочного зрителя и предметного материала, концептуализации предметно-пространственной среды. Создание выставок рассматривается в ракурсе социального партнерства. В качестве основного субъекта выставочной деятельности в пособии выступает музейная организация. В приложениях к пособию приводятся материалы проектной документации из опыта проведения выставок, созданных совместно со студентами ЧГИК, а также справочные материалы.

Рецензенты:

Ткаченко Станислав Олегович – директор ОГБУК «Челябинский государственный музей изобразительных искусств»;

Чайко Екатерина Анатольевна – заведующая Музеем археологии и этнографии Центра изучения природы и человека Челябинского государственного университета, кандидат исторических наук.

Печатается по решению редакционно-издательского совета ЧГИК

ISBN 978-5-94839-648-4

© Андреева И. В., 2018
© Челябинский государственный
институт культуры, 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	5
1. Выставка как форма социально-культурной деятельности.....	9
1.1. Выставка: определение понятия	9
1.2. Истоки искусства экспонирования и предпосылки возникновения выставочного дела	14
1.3. Функции выставок в социально-культурной сфере.....	22
1.4. Виды выставок в социально-культурной сфере	25
2. Теоретические основы музейно-выставочного проектирования.....	33
2.1. Экспозиция как информационно-коммуникационная система. Структура экспозиционного пространства.....	33
2.2. Экспозиционные материалы	42
2.2.1. Основные экспозиционные материалы – объекты показа, имеющие значение подлинника	44
2.2.2. Вспомогательные материалы – объекты показа, специально изготовленные или приобретенные для экспозиции.....	45
2.3. Принципы научного музейно-экспозиционного проектирования	52
2.4. Методы научного музейно-экспозиционного проектирования.....	58
2.5. Методы художественного музейно-экспозиционного проектирования.....	69
3. Технологии музейно-выставочного проектирования	79
3.1. Технология и менеджмент выставочного проекта.....	79
3.2. Технология научного проектирования.....	85
3.2.1. Разработка научной концепции	87
3.2.2. Расширенная тематическая структура экспозиции	93
3.2.3. Тематико-экспозиционный план	95
3.2.4. Сценарий как основа драматургии музейной экспозиции.....	101
3.3. Технология художественного проектирования.....	103
3.4. Основы выставочного дизайна.....	109
3.4.1. Масштабное планирование зала	109
3.4.2. Размещение работ на вертикальной плоскости	111
3.4.3. Размещение предметов в витринах	113
3.4.4. Цвет и свет в экспозиции	115
4. Проектирование специальных средств выставочной коммуникации	121
4.1. Информационное сопровождение выставки	121
4.1.1. Навигация в экспозиции.....	122

4.1.2. Виды и технология проектирования текстов в экспозиции.....	123
4.1.3. Эtiquетаж	132
4.2. Интерактивность музейной экспозиции: от идеологии к технологии	141
4.3. Технология проектирования экскурсии	148
Заключение	161
Глоссарий.....	163
<i>Приложения</i>	
Приложение 1. Музей глазами профессионалов и посетителей.....	179
Приложение 2. Научная концепция экспозиции выставки «Старый альбом: история в сафьяновом переплете».....	183
Приложение 3. Расширенная тематическая структура выставки «Старый альбом: История в сафьяновом переплете»	189
Приложение 4. Тематико-экспозиционный план выставки «Старый альбом: история в сафьяновом переплете» [Фрагмент]	192
Приложение 5. Примерная структура технического задания на разработку дизайн-проекта выставки	194
Приложение 6. Типовой вариант брифа на разработку дизайн-проекта выставки	196
Приложение 7. Документация художественного проектирования экспозиции	197
Приложение 8. Масштабные планы выставки	199
Приложение 9. Рекомендуемые размеры шрифта экспозиционного текста	204
Приложение 10. Советы создающему экспозицию	204

ВВЕДЕНИЕ

Выставочная деятельность в обыденном, повседневном понимании – это практика демонстрации материальных объектов. Самые разные формы выставок пронизывают всю нашу жизнь. В условиях динамично развивающейся тенденции визуализации современной культуры выставка перестала ассоциироваться только с музеями, художественными галереями, фестивалями и биеннале. Сегодня выставка – это средство реализации принципа наглядности в образовательных практиках, эффективная форма продвижения товаров и услуг в сфере маркетинга, одна из универсальных форм социально-культурной деятельности с широким спектром функций культурной коммуникации. Последняя из названных функциональных зон выставки определяет значимость дисциплины «Технологии выставочной деятельности» в системе подготовки бакалавров по направлению 51.03.03 Социально-культурная деятельность. Наряду с такими дисциплинами, как «Технологические основы социально-культурной деятельности», «Художественно-творческие основы социально-культурной деятельности», «Возрастные (дифференциальные) технологии социально-культурной деятельности», она формирует **профессиональную компетенцию** *готовность к использованию технологий социально-культурной деятельности (средств, форм, методов) для проведения информационно-просветительной работы, организации досуга, обеспечения условий для реализации социально-культурных инициатив населения, патриотического воспитания.*

Дисциплина «Технологии выставочной деятельности» входит в базовую часть учебного плана, она логически и содержательно-методически взаимосвязана с рядом ранее изученных дисциплин («Педагогика», «Психология», «Теория и история социально-культурной деятельности», «Основы информационной культуры и информатика», «Технологические основы социально-культурной деятельности», «Художественно-творческие основы социально-культурной деятельности», «Возрастные (дифференциальные) технологии социально-культурной деятельности»), которые формируют необходимые «входные» знания и умения.

Компетентностный подход к преподаванию «Технологий выставочной деятельности» готовит обучающихся к выполнению целого ряда тру-

довых функций, отраженных в структуре стандартов «Специалист в области воспитания» и «Педагог дополнительного образования детей и взрослых». К ним относятся: «Организация и проведение массовых досуговых мероприятий», «Проектирование программ формирования у обучающихся социальной компетентности, социокультурного опыта», «Обеспечение досуговой занятости обучающихся», «Организация совместной деятельности с социальными институтами в целях позитивной социализации обучающихся», «Проведение с группой обучающихся мероприятий, экскурсий, направленных на формирование у них социальной компетентности», «Разработка информационно-методического обеспечения досуговых мероприятий, экскурсий, праздников в группе обучающихся», «Проектирование и реализация социально-педагогических программ воспитания у обучающихся информационной культуры», «Проектирование открытой, вариативной образовательной среды образовательной организации», «Методическое обеспечение взаимодействия субъектов образования в целях индивидуализации образовательного процесса» и др.

Целью изучения технологий выставочной деятельности является формирование профессиональной готовности к деятельности в области проектирования выставочной экспозиции, реализации проекта и организации коммуникации со зрителем. Производны от этой цели **задачи**:

– формирование представления о сущности и значении выставочной деятельности в социально-культурной сфере, понимания ее многообразных возможностей в организации досуга, формировании позитивной социализации, информационной культуры, индивидуального жизненного самоопределения;

– формирование системного представления об основных этапах и методах проектирования экспозиций, а также о ведущих тенденциях в теории и практике экспозиционной деятельности;

– формирование технологических навыков проектирования экспозиций, создания проектной документации, отбора предметов для экспозиции, создания вспомогательных материалов и информационного обеспечения.

– овладение «языком музея», формирование умения критически оценивать и анализировать современную выставочную реальность.

Данное учебное пособие не имеет прямых предшественников. До настоящего времени проблематика выставочной деятельности рассматривалась в контексте двух направлений – экономического и социально-культурного. Первое анализирует выставку как *форму маркетинговой деятельности*, средство рекламы. Особенности и технологии рекламно-коммерческих выставок неоднократно освещались в учебных пособиях по направлениям экономики и управления, коммерции и рекламы (см. список рекомендуемой литературы к разделу 1). К предмету познания основ выставочной деятельности в социально-культурной сфере они имеют косвенное отношение и рекомендуются для поверхностного знакомства.

Второе направление связано с основной институциональной сферой выставки *социально-культурного* типа – музеями и выставочными организациями, развитием выставки как этапа становления культурной формы «музей». Это направление представлено широким кругом источников как универсального¹, так и узко специализированного характера, адресованных специалистам музейного дела (см. списки рекомендуемой литературы к разделам 2–4). Тенденция создания подобных работ, адресованных более широкому кругу специальностей социально-культурной сферы, не прослеживается. Вместе с тем, выставочные практики на современном этапе входят в состав культурно-досуговых мероприятий и образовательных проектов, адаптируются к условиям Дворца культуры, детского оздоровительного лагеря, библиотеки, городской среды или природного ландшафта. Выставки в неспециализированных выставочных пространствах и институциях, конечно, отличаются от музейных экспозиций характером демонстрируемых коллекций, масштабами проектирования, методами организации среды, типом используемого оборудования. Но система основных принципов, этапы создания, методы экспозиционного проектирования базируются на достижениях *музейной* классики и современных *музейно-выставочных* новациях. Именно в музейной сфере теоретико-методические аспекты выставочного дела получили развернутое обоснование. Этим объясняется особый институциональный акцент на деятельность музея.

¹ Первое универсальное пособие «Основы советского музееведения» было издано в 1955 г. Последующие издания универсального типа осуществлялись в 1988 и 2000-х гг.

В учебном пособии рассматриваются как общетеоретические основы выставочной деятельности, так и технологии проектирования выставок в социально-культурной сфере. Пособие включает четыре основных раздела: «Выставка как форма социально-культурной деятельности», «Теоретические основы музейно-выставочного проектирования», «Технологии проектирования выставки», «Проектирование специальных средств выставочной коммуникации». Каждый раздел завершается проверочными вопросами, творческими заданиями и «библиографическим минимумом» – перечнем рекомендуемой литературы по теме.

В «Приложениях» читатель найдет полезный иллюстративный материал – фрагменты литературных текстов на тему «Музей глазами профессионалов и посетителей», примеры проектной документации выставки, справочные материалы.

Учебным планом на изучение дисциплины отводится 5 зачетных единиц, 180 часов, из них 62 часа составляют аудиторные занятия лекционного и семинарского типов. Дисциплина изучается в течение седьмого и восьмого семестров. Промежуточная аттестация представлена зачетом (7 семестр) и экзаменом (8 семестр). Поскольку формирование профессионала в области экспозиционно-выставочных технологий возможно лишь в тесной связи с практикой, особое значение уделяется рабочим визитам в музеи, галереи и выставочные центры; кропотливой работе по анализу выставочных проектов и участию в создании оригинальных выставок. Эта деятельность составляет сущность заданий для самостоятельной работы студентов, методика которых частично описана в разделах «Задания» к каждому из четырех разделов пособия.

1. ВЫСТАВКА КАК ФОРМА СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1. Выставка: определение понятия

Что такое выставка? На уровне бытовых представлений – все, что демонстрируется, выставляется напоказ. Максимально широкую трактовку дают универсальные энциклопедии и справочники. В них выставка определяется как *публичная демонстрация достижений в области экономики, науки, техники, культуры, искусства и других областях общественной жизни. Понятие может обозначать как само мероприятие, так и место проведения этого мероприятия*¹.

Из определения следует, что выставка – это *мероприятие*, а мероприятие, как гласят те же универсальные словари, это *совокупность действий* для достижения определенной *цели*. Цель в приведенном выше определении не сформулирована, а вот средства (действия) названы. Это «*публичная демонстрация достижений*» без каких-либо ограничений. Демонстрировать достижения, например, в области техники и инженерии можно, выставляя в определенном пространстве станки и машины, в области авиастроения – устраивая показательные полеты, а в области хореографии – приглашая зрителей на концерт. Будет ли все это выставкой? Да, в той же степени, как и презентацией продукции отрасли, авиасалоном, зрелищным мероприятием. То есть сущностного отграничительного признака выставки от других *похожих* явлений это определение не дает. Оно еще больше озадачивает указанием на то, что *место проведения* мероприятия тоже может быть названо выставкой. Значит, и испытательный полигон, и театральная сцена на время демонстрации могут превратиться в выставку? Повременим с ответом на этот вопрос, но отметим для определения выставки значение *пространственной* характеристики. В «сухом остатке», таким образом, остаются две составляющие – «публичная демонстрация» и «место», то есть среда, пространство. Остается невыясненным, в какой форме могут демонстрироваться достижения, если речь идет о выставке?

¹ Выставка // Википедия. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Выставка>.

Не дает ответа на этот вопрос и определение «Международного бюро выставок» (ВБЕ), созданного в 1928 г. для регулирования процессов организации и проведения Международных выставок. Эта международная организация определяет выставку как *«показ, каково бы ни было его наименование, путём демонстрации средств, имеющихся в распоряжении человечества для удовлетворения потребностей, а также в целях прогресса в одной или нескольких областях его деятельности»*¹. Сущность выставки обозначена как «показ», объекты показа – все безграничное множество средств, «имеющихся в распоряжении человечества». Таким образом, важное дополнение к нашему поиску инвариантной (неизменяемой) составляющей понятия выставка – это **цель**, с которой этот показ проводится. Она определена, как «удовлетворение потребностей» и «прогресс» человечества, то есть, выставка в ее общепринятом понятии стремится к гуманизации общества, ставит перед собой гуманистические задачи.

Социальную значимость выставки подчеркивал и архитектор Р. Р. Кликс (1910–1997), известный выставочный дизайнер и автор практических рекомендаций в этой области. Но главное в его определении – уточнение *пространственных* характеристик выставки. «Выставка, – писал Кликс, – это *специально созданная и художественно преобразованная предметно-пространственная среда, предназначенная для публичного показа с определенными социальными целями*»². Итак, одним из средств демонстрации (а демонстрироваться, как уже было сказано, может без ограничения все, что служит целям гуманизма), является организованная в соответствии с *художественными* принципами *среда*, в которой демонстрируются не абстрактные «достижения», а *предметы*, то есть материальные символы этих достижений. То есть выставка – не хаотичное размещение предметов в зале, павильоне или ландшафте, а упорядоченное, концептуально организованное и художественно интерпретированное представление специально отобранных артефактов и/или натурфактов³. И в этом

¹ Цит. по: Петелин В. Г. Основы менеджмента выставочной деятельности: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления. М., 2005. С.3.

² Цит по: Там же. С. 31.

³ Артефакт – любой искусственно созданный объект, продукт человеческой деятельности, который может быть носителем социально-культурной информации; натурфакт – объект природного происхождения, который, будучи отобранным для демонстрации, также становится объектом культурного значения.

смысле (вернемся к первому определению) выставкой может называться не только то, что демонстрируется, но и место, пространство, где эта демонстрация осуществляется. Поэтому, например, в крупных экономических центрах строятся огромные здания выставочной архитектуры и создаются многопавильонные ландшафтные комплексы для проведения торгово-промышленных выставок, которые тоже получают название выставок¹ или выставочных центров. Такие выставки представляют собой самостоятельные организационно-правовые структуры. Поэтому среди определений выставки встречаем и такое:

Выставка – это «организация с персоналом, администрацией и соответствующим статусом, которая на основе специально созданной и художественно преобразованной предметно-пространственной среды, предназначенной для публичного показа, решает рекламные, торговые или иные социальные задачи, определяемые в каждом конкретном случае с менеджерами или заказчиками»².

Есть смысл прокомментировать и это определение. В сравнении с приведенными выше, оно не столь универсально, так как формирует представление только об одном секторе выставочной деятельности – *экономическом*. Пробразами таких выставок были торговые ярмарки, известные в России с XIV в. Экономические (коммерческие, рекламно-торговые, торгово-промышленные) выставки определяются как форма маркетинга и изучаются в сфере менеджмента, они имеют свою специфику, отличную от выставок социально-культурного профиля. С особенностями выставочной деятельности в коммерческом секторе экономики можно познакомиться с помощью специальной учебной литературы (см. список литературы в конце раздела). В круг проблем дисциплины «Технологии выставочной деятельности» особенности экономических выставок не входят. Но, познавая отличное, мы получаем возможность прояснить суть интересующего нас предмета. В определении В. Г. Петелина, напомним, также акцентированы аспекты публичного показа, предметно-пространственной среды и ее художественного преобразования.

¹ Первым проектом создания такой выставки всероссийского масштаба стала Выставка достижений народного хозяйства (г. Москва), официально открытая в 1939 г. Сейчас территория ВДНХ составляет более 317 га, в состав комплекса входит несколько десятков павильонов. Символами ВДНХ являются хорошо известные монумент «Рабочий и колхозница» (В. Мухина, Б. Иофан, 1937), Арка Главного входа, фонтаны «Дружба народов», «Каменный цветок» (1954).

² Цит по: Петелин В. Г. Указ. соч. С. 31.

Неоднократно повторяющиеся элементы разных определений позволяют выделить **ряд существенных признаков выставки**. К ним, несомненно, относятся:

- публичность – то есть обращенность к публике, адресату, информационный потенциал и коммуникативное взаимодействие;
- пространственный, средовый характер;
- предметное наполнение, материальные вещи (артефакты и натурфакты) как основные объекты показа (предметно-пространственный подход);
- демонстрация с помощью предметов важных смыслов: важны не предметы как таковые, а предметы как символы достижений или идей;
- гуманистические цели демонстрации – служение удовлетворению потребностей и достижению прогресса;
- художественная концептуализация предметно-пространственной среды, воплощение гуманистических смыслов посредством художественного образа.

К числу таких сущностных признаков, как мы убедились, не относится наличие юридически оформленной организации выставочной деятельности. Выставки могут устраиваться не только выставочными центрами, но и музеями, учреждениями образования и досуга, предприятиями и фирмами.

Казалось бы, на основе перечисленных признаков можно дать определение выставки, которое, как было сказано вначале, поможет отграничить выставочные явления от не выставочных и даст путеводную нить для дальнейшего познания интересующего нас предмета. Однако, прочитав этот перечень, компетентный профессионал возразит: все перечисленные признаки характеризуют *выставочную экспозицию*, а не *выставку*, которую специалисты воспринимают как более широкое понятие.

Попробуем разобраться в этом противоречии и определить соотношение родственных по значению понятий «выставка» и «экспозиция».

Действительно, экспозиция – сущностная особенность выставки, ее, как сказал бы ученый-музеолог, *конституирующий* элемент. Почему? Потому что без экспозиции выставки быть не может. ***Экспозиция – основное понятие выставочной деятельности.***

Вместе с тем, сам термин «экспозиция» достаточно универсален. Он используется в фотоделе, кинематографии, телевидении; в литературове-

дении, музыке, картографии... Многозначное употребление иноязычного термина объясняется множественностью перевода: в латинском языке *expositio* означает «выкладывать, выставлять», а однокоренные ему слова (*exponer*, *exposita*, *expozitor*, *expositus*) переводятся как «обнародовать», «излагать», «объяснять», «внешний вид», «общие места», «истолкователь», «комментатор», «открытый», «доступный», «ясный» и др.

В музейный обиход понятие «экспозиция» вошло не более ста лет назад: в 1919 г. на Первом Всероссийском музейном съезде этот термин был употреблен для обозначения «демонстрационных коллекций», то есть части музейного собрания, представленной для обозрения публики. Таким образом, экспозиция – чувственно (прежде всего, зрением) воспринимаемая предметно-пространственная среда, характеристики которой уже были выявлены ранее. Примем за основу одно из общепризнанных в музееведении определений *музейной экспозиции*, которое обладает необходимыми и достаточными качествами универсальности для того, чтобы его можно было распространить и на немuseumные практики. Итак, экспозиция это – **целостная предметно-пространственная система, в которой музейные предметы и другие экспозиционные материалы объединены концептуальным (научным и художественным) замыслом**¹.

О предметно-пространственных параметрах выставки (и экспозиции) мы уже говорили раньше. Поясним термины «система» и «концептуальный замысел», которые, можно сказать, взаимно характеризуют друг друга. Именно они указывают на то, что экспозиция – это не просто случайный набор предметов, пусть даже отобранных в соответствии с определенной темой.

Экспозиция – это «разговор вещами» – *канал передачи информации, социально значимых смыслов с помощью вещей*. «Разговор вещами» – это представление предметов в пространстве в определенной системе – визуальных взаимосвязях. Выстроить их помогают тщательно продуманная последовательность показа, пространственные сближения или наоборот, противопоставления, ансамблевые комбинации, деликатная художественная и научно-информационная интерпретации. И этим экспозиция, выставка отличается от любой другой формы культурно-образовательной и досуговой деятельности.

¹ Основы музееведения : учеб. пособие / отв. ред. Э. А. Шулепова. М.: Едиториал УРСС, 2005. С. 258.

Итак, наличие экспозиции – «рассказа вещами» – сущностный признак любой выставки, поэтому не удивительно, что приведенные в предыдущем параграфе определения практически отождествили выставку и экспозицию и, если быть более точными, дали характеристику *выставочной экспозиции*. Но *выставка – это не только экспозиция*. Понятия выставка и экспозиция соотносятся как целое и часть.

Экспозиция – основа выставки, ее фундамент, на котором строятся различные формы коммуникации со зрителем – экскурсии, интерактивные практики, творческие конкурсы, праздники. Как правило, выставочная программа включает в себя, помимо собственно экспозиции, вернисаж или презентацию (своеобразную «премьеру» – открытие выставки), экскурсии, квесты и различные поисково-познавательные и игровые мероприятия, мастер-классы, исторические реконструкции, работу с «листками активности» и интерактивными путеводителями. В свою очередь, и выставка может войти составной частью в комплексную программу крупного проекта или любой другой формы. Поэтому целесообразно выставку в системе СКД определить как **комплексную форму социально-культурной деятельности, в основе которой – временная экспозиция, передающая социально-значимые смыслы с помощью композиционно организованных, комментированных, технически и художественно оформленных в пространственной среде экспонатов.**

1.2. Истоки искусства экспонирования и предпосылки возникновения выставочного дела

Движущей силой в возникновении и развитии любой культурной формы является та или иная потребность. *Потребность* – это осознанная нужда, основной побудитель человеческой активности. С осознания потребности начинается поиск способов и форм ее удовлетворения.

Возникновение экспозиции, выставки связано с осознанием потребности в передаче актуальной информации, а также опыта, который, как известно, является генетически ненаследуемой информацией. Эта потребность предшествовала формированию речевого аппарата человека и языка как средства коммуникации. На помощь человеку пришли предметы, с помощью которых можно было передать определенные смыслы.

Приведем несколько примеров использования предметов как средства общения. В ритуалах и обрядах практически всех архаических обществ использовались символы солнца как небесного покровителя в форме наскальных изображений, колеса, амулета, декора одежды. То же можно сказать об образах тотемных животных и воплощенных в материале символах природной среды и явлений. Удачливого охотника маркировало ожерелье на шее из зубов хищных зверей. Оно же подчеркивало социальный статус обладателя и наделялось обережно-охранительной функцией. Изображение человека в дереве или камне символизировало дух предка... Чтобы выжить, человек создавал вокруг себя семиотически насыщенную среду, в которой предмет значил больше, чем то, чем он был на самом деле. Предметы вводились в систему культовых практик, с помощью которых выстраивался «диалог» с сакральным миром природы и предков, передавалась система нравственно-этических ценностей, табу и запретов. Так в настоящую выставку превращались древние капища, места сакрального поклонения богам, которые включали их символические воплощения в дереве и камне, демонстрацию жертвенных приношений, сценографию ритуальных манипуляций предметами. Таким образом, *истоки искусства экспонирования восходят к истории архаических обществ* – времени, когда человек изобрел тот самый способ «разговора вещами», о котором говорилось в предыдущем параграфе. Изобрел возможность общения и передачи опыта посредством вещей.

Вещь в культуре обладает уникальным качеством **репрезентативности** – то есть способностью быть символом «невидимого» мира – мира отношений, ценностей, памяти прошлого. Мы актуализируем это качество вещи и сегодня. Например, когда обращаемся к семейным реликвиям, привозим из поездки памятный сувенир, выбираем подарок близкому человеку¹... На этих символических, ценностных свойствах вещей строились не только культовые экспозиции архаических обществ, но и, спустя время, интерьеры храмов египетской древности, сакральные ландшафты древне-

¹ Добавим, на этом же качестве репрезентативности основано использование вещей в изобразительном и других видах пластических искусств. Особенно ярко символическое значение вещей проявляет себя в таких жанрах, как портрет, натюрморт. Не менее значима предметная деталь в искусстве словесности. Поэтому экспозиция в лучших своих образцах приближается к значению художественного произведения.

греческих мусейонов¹. Спустя столетия на европейской территории возникли христианские храмы, интерьеры которых стали воплощать концепцию «Библии для неграмотных». С помощью специально продуманного, канонического размещения произведений живописи и декоративно-прикладного искусства религиозного содержания и назначения, в пространстве храма воссоздавалась религиозная картина мира. Культовые практики тех давних и, разумеется, более поздних времен использовали возможности *эмоционального* воздействия произведения искусства, поэтому они демонстрировались в специально организованной предметно-пространственной среде и сами являлись ее частью.

При церквях и монастырях стали возникать *церковные сокровищницы* (в российской практике – *ризницы*), где хранились атрибуты церковных обрядов – облачения, литургические сосуды и пр., а главное – церковные реликвии – мощи святых, их одежда, предметы обихода, ткани, в которые заворачивали останки. Впоследствии церковные сокровищницы стали подобием музеев, открытых для прихожан и паломников в дни церковных праздников. В XIX в. в России на их основе стали создаваться церковно-археологические музеи.

Резюмируя сказанное, отнесем *культовую символизацию вещи* к числу наиболее ранних *предпосылок* формирования искусства экспонирования. Следует, однако, заметить, что она не является исторически преходящей и имеет вневременной характер. Ее актуальность активно подтверждается культовыми практиками сегодняшних дней.

Предпосылки развития экспозиционных практик связаны и с отношениями простейшей меновой **торговли**, также известной с архаических времен. Тогда, как и в более поздние времена формирования и становления товарно-денежных отношений, преимущество навверняка получал автор наиболее грамотной раскладки товара. Таким образом, придя из глубины веков, выставка стала компонентом торговли, действенным средством продвижения товаров в виде грамотно организованного торгового прилавка или витрины.

¹ Мусейон Древней Греции – сакральное место поклонения музам-покровительницам искусств. Специально спроектированное пространство мусейона представляло собой предметно насыщенную среду естественного ландшафта или общественного помещения, где размещались статуи муз, архитектурные портики, гроты, посвятельные дары, таблички с высеченными именами победителей творческих состязаний. Эстетизация пространства выступала средством передачи идеи и ценностей культа муз.

Затем выставка проникла в сферу экономики и стала важнейшим инструментом маркетинга достижений техники и производственной продукции. Так, периодом Средневековья датируются первые ярмарки и выставки мануфактур. В 1829 г. в Санкт-Петербурге открылась «Первая публичная выставка мануфактурных изделий»¹. С этого времени промышленные и сельскохозяйственные выставки всероссийского, а затем и губернского масштабов стали проводиться регулярно и в настоящее время приобрели формат выставочного бизнеса – формы предоставления маркетинговых услуг по продвижению товаров.

Со становлением капиталистических отношений, *развитием науки, техники и производства* выставка вышла на международный уровень. В 1851 г. стартует практика проведения Всемирных промышленных выставок, которые регулярно проводятся до настоящего времени. Выставка популяризирует новейшие достижения техники и производства, с ее помощью осуществляется научно-техническая коммуникация. Промышленная выставка дает толчок развитию музейного дела. Уже первая Всемирная выставка, состоявшаяся в 1851 г. в Лондоне, положила начало Южно-Кенсингтонскому музею (1857) в центре столицы Великобритании. В дальнейшем он был преобразован в крупнейший в мире музей дизайна и декоративно-прикладного творчества, известный как Музей Виктории и Альберта.

Аналогичным образом ряд выставок общероссийского значения, состоявшихся во второй половине XIX в., положил начало ведущим музеям России. Так, материалы Всероссийской этнографической выставки (1867) легли в основу Дашковского музея в составе Румянцевского музея (Москва, 1862–1924), а затем были перевезены в Ленинград и вошли в состав Музея народов СССР².

¹ В сентябре 1828 г. Николай I Высочайше утвердил правила предстоящей выставки, которые незамедлительно напечатали и разослали губернаторам, губернским предводителям дворянства и в Купеческие Думы, а также и лично знатнейшим заводчикам и фабрикантам. Всех их приглашали принять участие в выставке. В выставке приняли участие 326 фабрикантов, ремесленников, купцов, мастеров и художников из 33 губерний, на ее экспозициях был представлен 4041 экспонат. Строительство здания для выставки – первого в России *выставочного* здания продолжалось до 1828 г. Помещения, отведенные для экспозиции, включали восемь залов, кладовые и несколько комнат для администрации. Здание, будучи «превосходным произведением Архитектурного художества», удивляло знатоков. Большой зал имел два этажа (общая высота 17 м) и площадь 910 кв. м. С 1836 г. выставки проводились и в губернских городах, формируя основу будущих местных музеев. Этой же цели служили губернские выставки «произведений и изделий края», которые организовывались в связи с обязательными поездками императора и наследников престола.

² Ныне – Российский этнографический музей (г. Санкт-Петербург).

В 1872 г. по инициативе Общества любителей естествознания, антропологии и этнографии был создан Политехнический музей (Москва), в основу экспозиции которого были положены материалы Политехнической выставки (1872). Этнографическая и Политехническая выставки стали предтечей Императорского Российского исторического музея (Москва, 1872). Сама идея музея зародилась в среде организаторов Политехнической выставки, которая помимо чисто технических включала Исторический, Севастопольский, Военный и Морской отделы. Выставки продемонстрировали колоссальный интерес к истории, на них экспонировалось множество реликвий, достойных постоянного, а не временного показа. По итогам выставок создавались Ученые комиссии для решения вопросов создания будущих музеев. Выставки второй половины XIX в. не были музейными, а носили комплексный торгово-промышленный и культурно-просветительский характер.

Таким образом, *торгово-экономическую предпосылку* формирования выставки по времени возникновения мы можем условно синхронизировать с культовой, и также отметить ее вневременной характер, т. е. подчеркнуть непреходящую актуальность потребности, которую выставка удовлетворяет в сфере экономики. С развитием науки, техники и производства сформировалась еще одна предпосылка – *потребность в научно-технической коммуникации*, средством удовлетворения которой стали «выставки достижений» разного уровня, вплоть до проводимых до настоящего времени Международных выставок «Экспо».

Использование предметов в светских ритуалах – еще одна важнейшая предпосылка возникновения выставки. В них репрезентация мастерства, власти, богатства, статуса, военной доблести, как правило, сопровождалась демонстрацией трофеев, коллекций, приданого. В период становления Римской империи эти процессы способствовали возникновению общественных собраний и частных коллекций римских патрициев. Во времена Средневековья эти демонстрационные практики привели к возникновению *светских сокровищниц* – хранилищ предметов особой ценности. К ним относились атрибуты власти, искусные изделия ремесленников, польские дары. Впоследствии многие европейские сокровищницы стали государственными музеями. В истории Российского государства сокровищницей русских царей была одна из мастерских Московского Кремля –

Оружейная палата, известная сейчас как один из музеев Государственного музея-заповедника «Московский Кремль».

Становление образовательных практик, появление школ и университетов в Европе тоже не обошлось без выставочных форм. С их помощью *формировался принцип наглядности* в обучении.

Эпоха Возрождения стала временем **возникновения коллекционирования и становления протомузейных форм** – антиквария, студиоло, кунсткамеры, кабинета, частной галереи¹. Собрания размещались в специально отведенных (а часто и спроектированных в архитектуре здания) залах и кабинетах, впоследствии для них стали возводить специальные павильоны или перестраивать существующие постройки. Кабинеты коллекций были для их создателей и владельцев особым местом деятельной активности – познания, научного эксперимента, чтения античных авторов, общения с искусством, создания ученых трудов. Коллекции становились частью интерьера, а залы, где они размещались, декорировались по специально разработанной программе, которая также стремилась к воплощению универсальной картины мира. Но, в отличие от религиозной храмовой модели, программы ренессансных экспозиций акцентировали светские аспекты культуры. Они были связаны с воссозданием образа античности; «театра мира», в котором «соревнуются» природа и человек; попыткой создания обозримой, компактной модели мира посредством научной систематики артефактов и натурфактов, представляющей его многообразие.

Особенностью этих форм коллекционирования было отсутствие элемента публичности. Экспозиции были доступны для осмотра лишь приви-

¹ Основные типы ренессансных собраний различались не только видами хранимых коллекций, но и особенностями архитектуры, декора, интерьера помещений для них. Так, *антикварий* – собрание античных скульптур – нередко представлял собой открытое пространство – сад, внутренний двор в системе дворцовых построек, статусное место в структуре городского пространства (например, Капитолийский холм, Бельведерский дворик в Риме). В интерьер *студиоло* – кабинета для гуманистических занятий деятелей итальянского Возрождения (прежде всего, чтения античных авторов) – обязательно входили живописные и скульптурные произведения ренессансных художников. *Кунсткамера* – кабинет «куриозов» – редкостей, искусных вещей, созданных природой и человеком, – представляла произведения искусства, редкие артефакты и натурфакты в форме своеобразного «театра мира», в котором соревнуются природа и человек. В *кабинетах* (нумизматических, минералогических, картинных, фарфоровых, зеркальных), оружейных комнатах – хранились специализированные коллекции. Частная галерея была первым опытом демонстрации живописных произведений в светлых просторных удлиненных залах парадных дворцов. Картины в галереях, как правило, заполняли всю поверхность стены, за что такой тип развески получил название «ковровой» или «шпалерной».

легированному кругу статусных гостей и особо приближенным лицам. Красота и великолепие произведений искусства, многообразие предметов коллекций, безусловно, повышали престиж их владельца. Таким образом, *ренессансное коллекционирование* со всем спектром многообразных мотиваций и, прежде всего, *мотивацией престижа*, – еще одна предпосылка развития выставочного дела, благодаря которой получили импульс к развитию и коллекционирование, и жанры станковой живописи, и процесс «раскрепощения» коллекций – практика их публичной демонстрации в форме экспозиции. В эпоху Просвещения коллекции, начало которым было положено во время Ренессанса, будут преобразованы в публичные музеи и обретут полноценные экспозиции и публику.

Важным шагом на пути становления концепции публичного музея станет первый опыт институционализации формы художественной выставки на рубеже XVII – XVIII в. во Франции. Появление публичной художественной выставки стало ответом на растущую в элитарном обществе потребность в коллекционировании, источниках приобретения произведений искусства и *опосредованном* контакте художника и публики¹. Выставки Французской королевской академии живописи и скульптуры, а затем и постоянно действующие Салоны, с 1665 г. стали неотъемлемой частью французской художественной жизни и образцом для подражания. Они впервые предъявили обществу специально отобранные произведения современного искусства в концептуальной форме декоративного комплекса и положили начало новой профессии – «декоратора», которая в XX в. оформилась в институты кураторства и галерейной деятельности. С той поры именно выставка стала «живой текучей субстанцией» – основной сферой бытования и репрезентации искусства. На рубеже XVIII – XIX вв. реформы Великой французской революции положили начало созданию сети публичных музеев.

Формирование музея как общедоступного учреждения было постепенным процессом. Сначала культурная форма «Музей» представляла собой коллекционные собрания, преимущественно частные, которые создавались «по вдохновению владельцев» и были доступны для осмотра узкому кругу приближенных лиц. Затем актуализировалось естественно-

¹ См.: Калугина Т. П. Выставочный этап в развитии культурной формы «музей» // Калугина Т. П. Художественный музей как феномен культуры. СПб., 2008. С. 73–77.

научное собирательство и коллекции трансформировались в «лабораторию науки». Музеи при этом постепенно открывались для публики, демонстрируя коллекции без специального отбора. Специально оборудованные для хранения и показа собраний комнаты и залы логично назывались «выставкой»; «коллекционное собрание» и «выставка» были практически синонимами. Со временем, по мере разрастания коллекций и включения музеев в образовательные практики, появилась необходимость разделить собрания на «фонды хранения» и «демонстрационные коллекции». Организация музейных фондов стала подчиняться учетно-хранительским задачам, а демонстрация отобранных для показа предметов потребовала разработки специальных технологий экспозиционно-выставочной работы.

Таким образом, возникновение искусства экспонирования обусловлено репрезентативностью вещи в культуре – ее способностью представлять не только самое себя, но и быть знаком реальностей, которые не даны в чувственных ощущениях – реальностей прошлого, мира ценностей, отношений. Предпосылки экспонирования и первые выставочные практики были обусловлены поиском форм удовлетворения потребности в передаче информации и опыта. Они возникли в глубокой древности – на этапе формирования архаических обществ и древних цивилизаций, и не утратили своего значения до настоящего времени. К числу важнейших предпосылок возникновения выставочного дела относятся:

- культовая символизация вещей и формирование храмового интерьера;
- развитие торговли и потребность в продвижении товаров потребителю;
- развитие науки, техники и производства и потребность в научно-технической коммуникации;
- использование предметов в светских ритуальных практиках в качестве демонстрации символов власти, статуса, богатства и пр.;
- формирование принципа наглядности в обучении и просвещении;
- ренессансное коллекционирование;
- возникновение первых публичных музеев и музейного дела.

Институционализация формы выставки социально-культурного профиля восходит к опыту Франции рубежа XVII – XVIII вв. Она связана с ростом интереса к коллекционированию и возникновением потребности в художественной коммуникации – опосредованном контакте художника и

публики. Поэтому первичной формой выставки социально-культурного профиля справедливо считать *художественную* выставку, которая была самой ранней формой публичной демонстрации собраний.

В XXI в. выставка как многоликое явление сохранила себя во всех исторически сложившихся формах – от торгового прилавка, учебной наглядности и домашней полки с сувенирами – до Всемирных универсальных, экономических и торгово-промышленных выставок, экспозиций брендовых музеев, биеннале и фестивалей современного искусства. Более того, образы выставок эмансипировались от архитектуры реальной, подчинились архитектуре медийного проекта и стали феноменом виртуальности. Но основной институциональной сферой выставки социально-культурного профиля был и остается музей или музейно-выставочная организация.

1.3. Функции выставок в социально-культурной сфере

Функция – термин общенаучной лексики, образованный от латинского корня *functio* – «выполнение работы». В гуманитарных науках под функцией обычно понимается *значение, назначение, роль* изучаемого объекта в той или иной системе. Выделение функциональной структуры объекта – один из принципов системного подхода. Рассматривая выставку и экспозицию как *подсистему социально-культурной деятельности*, необходимо определить ее специфические функции в обществе. Функции, в свою очередь, определяют принципы деятельности, что в дальнейшем удастся проследить на примере принципов проектирования музейных экспозиций. К основным функциям выставок относятся:

Коммуникативная функция – функция передачи информации, социально значимых смыслов. С одной стороны, реализация этой функции определяется тем, что предметы, которые демонстрируются на выставке, являются информационными объектами, документами. Каждый *экспонат*¹ можно рассмотреть как *двухконтурную систему информации*. Один *контур* включает в себе информацию, которую «снимает» визуальное восприятие – это физические характеристики предмета: его размер, форма, цвет, материал, фактура. Если предмет знаком посетителю по собственно-

¹ Экспонат – предмет, выставленный для обозрения.

му опыту, он может визуально установить функциональное назначение предмета и его приблизительную датировку. Подобным образом наше восприятие получает художественную информацию, если речь идет о художественном произведении в экспозиции. Композицию, цвет, колорит, сюжет, героев; формат, технику и многое другое подготовленный зритель воспринимает непосредственно зрением.

Другой контур включает в себе безграничное количество значений предмета в культуре. Они могут быть связаны с авторством, технологией, временем и обстоятельствами создания или бытования, историко-культурными взаимосвязями, мемориальным значением (принадлежностью какому-либо лицу). Потенциально практически любой предмет реального мира может выступать в качестве информационного объекта. Сущность экспозиции как канала передачи информации в том и заключается, что она выступает как информационная система, в которой раскрываются, систематизируются и структурируются значения предметов, она воспринимается как «высказывание», текст – зашифрованная речь, емкое послание.

Обратимся для примера к простейшей ситуации. Выставка детского рисунка, например, посвященного любимой игрушке, интересна как с точки зрения каждого произведения, так и в плане возрастных, гендерных и индивидуальных предпочтений авторов, типичных и нетипичных сюжетов и композиций, степени развития художественных навыков и эстетического вкуса отдельного ребенка и группы «художников» в целом. Коммуникация со зрителем на такой выставке может реализоваться в рамках нескольких моделей: диалога зрителя с автором, автора и зрительской аудитории, зрителя и определенной части социума – поколения детей-авторов определенного времени, эпохи. Моделью выставочной коммуникации является и автокоммуникация – диалог зрителя с самим собой, заинтересованный, эмоциональный отклик на увиденное.

Просветительская функция связана с распространением знаний о мире, человеке, жизни. Специфика выставки заключается, во-первых, в том, что экспозиция (в особенности музейная) создается в соответствии с принципом научной объективности из «ткани» самой жизни – подлинных предметов – «свидетелей» и «очевидцев», удостоверяющих то, что нам уже не дано постичь в практике современности. То есть экспозиция представ-

ляет собой музейную модель прошлого или настоящего – целостный образ, который постигается визуальным путем. А во-вторых, в том, что восприятие *реальной* вещи обладает мощным *суггестивным* эффектом – эффектом сгущения, силой резонансного воздействия, усиленного личным опытом, ассоциациями. Особенности визуальной информации заключаются в том, что она несет в себе нечто, что не может дублироваться вербальным способом, не может быть получено никаким другим образом. Вспомним поговорку: «Лучше один раз увидеть, чем много раз услышать». Поэтому знание, полученное посредством выставки, становится опытом, воспринятым от предшествующих поколений или современников.

С этим механизмом наследования опыта, безусловно, связана и другая функция – *воспитательная*, она же – *функция социализации и инкультурации*. Повторим, ее осуществлению мы обязаны репрезентативности вещи в культуре, способности вещи быть знаком нравственно-этических законов, ценностей, а значит, и транслятором идеальных смыслов. Выставка (и в целом институты, которые практикуют выставочную деятельность) расширяет границы реального опыта (видимого мира) до масштабов универсума культуры и космоса, формирует тем самым ценностные ориентации личности, ее мирозерцание и идеалы. Музеологи разных стран давно сошлись во мнении о том, что «музей не должен быть местом, где человек постигает объективную действительность, для этого есть академические аудитории и научные труды, он должен быть *местом, где переживают человеческий мир ценностей и значений*»¹.

Эстетическая функция обуславливает развитие творческого потенциала, формирование вкуса, переживание красивого и безобразного как эстетических категорий. Она связана не только с предметами экспонирования, которые, например, в художественной выставке представляют собой подлинные произведения искусства. Но и с тем, что сама выставка создается по законам искусства, и в лучших, профессиональных образцах является *научно-художественным* произведением.

Гедонистическая функция (функция получения удовольствия) обусловлена при этом еще и тем, что выставка – это всегда преодоление по-

¹ Майстровская М. Т. Музей как объект культуры: искусство экспозиционного ансамбля. М.: Прогресс-Традиция, 2016. С. 18.

вседневности, переживание непрофанного (противоположного обыденности), сакрализованного (концептуально и художественно осмысленного, информативного) пространства, каким в нашей жизни являются также театр, музей, церковь.

1.4. Виды выставок в социально-культурной сфере

Классификация – важнейший способ познания, который позволяет логически сгруппировать однотипные явления в видовые группы на основе их существенных признаков. Учитывая появление новых синтетических форм и постоянные творческие поиски в области выставочной деятельности, для всего их многообразия невозможно построить одну исчерпывающую классификацию. Тем не менее, изначальное соотнесение планируемой выставки с определенными видовыми признаками облегчает выбор методики, позволяет конкретизировать этапы технологии и прогнозировать результат проектирования. Выделим несколько подходов к классификации и охарактеризуем виды выставок в соответствии с их признаками.

В зависимости от *территориального статуса*, выставки могут быть международными, иностранными, всероссийскими, региональными, местными (городскими или районными), выставками предприятий, организаций и учреждений. Территориально-статусные аспекты акцентируются, как правило, при проведении регулярных выставок, собирающих большое количество экспонентов (участников, которые предоставляют экспонаты). Например, региональные (зональные) художественные выставки в России проводятся регулярно по инициативе творческого Союза художников РФ. Они демонстрируют текущие творческие достижения, дают художникам возможность ступенчатого восхождения от городских к областным, затем – республиканским (краевым), зональным, всероссийским и международным выставкам. Часто зональные выставки проводятся как органическая часть всероссийского проекта, имеют общую с ним концепцию. Таково, например, биеннале¹ традиционных ремесел и народных художественных промыслов «Урал мастеровой», проводимое с 2006 г. в Челябинске с двухгодичной пе-

¹ Биеннале – художественная выставка, фестиваль или творческий конкурс, проходящие раз в два года. Самая известная биеннале – Венецианская – существует с 1895 г. (Биеннале. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Биеннале>.)

риодичностью в рамках общероссийского проекта «Русь мастеровая». Аналогичным образом в других территориях проводятся «Сибирь мастеровая», «Дальний Восток мастеровой» и др. Учредителями таких выставок выступают органы власти и подведомственные им учреждения культуры. Организуются выставки под патронатом представителей властных структур в партнерстве с разнообразными учреждениями, фирмами, предприятиями, общественными организациями. Учредитель/организатор выставки обязательно указывается на всех информационных документах.

К категории иностранных выставок относятся выставки, которые прибывают из-за рубежа. Их можно также назвать *гостевыми*. Часто это передвижные выставки блок-бастеры, знакомящие с сенсационными открытиями и шедеврами мирового уровня. Так, в Государственном Эрмитаже летом 2017 г. открылась выставка «Нефертари и долина цариц», на которой было представлено 256 памятников из собрания Египетского музея в Турине. Выставка была воспринята как эпохальное событие, так как в России это первый крупный привозной выставочный проект с времен 1970-х годов¹, посвященный древнеегипетскому искусству. В свою очередь, российские музеи также проводят выездные выставки за рубежом и предоставляют произведения из своих фондов для международных проектов зарубежных музеев. Другие гостевые выставки в рамках партнерских отношений с музейно-выставочными организациями прибывают из других городов России, третьи – организуются в партнерстве с частными коллекционерами.

По *месту проведения* выставки могут быть стационарными, передвижными и мобильными. *Стационарные выставки* имеют постоянное место размещения – музей, культурный центр, выставочный зал, или специально оборудованное для выставок помещение рекреации, учебной аудитории. Это может быть участок городского ландшафта или фрагмент производственной среды, выделенные для экспонирования соответствующих коллекций. Они, как правило, имеют статичную структуру, трудно адаптируются (или не адаптируются) к изменению выставочных условий. *Передвижные выставки*, напротив, создаются в расчете на перемещение, смену места дислокации. Они могут включать в себя сборно-разборное оборудование, которое легко демонтируется и монтируется в условиях другого выставочного зала или во-

¹ В 1973 г. выставка «Сокровища Тутанхамона» посетила Москву, Киев и Ленинград.

обще не приспособленного для этого пространства, например, на открытой площадке в городской среде или в фойе Дворца культуры. Передвижные выставки тяготеют к стендовым решениям, как наиболее адаптированным к перемещениям, и минимизируют объемный вещевой материал, так как перемещение ценностей всегда связано с немалыми рисками. По этой причине прием передвижных выставок из художественных музеев обязательно связан с процедурами страхования, грамотной упаковки и транспортировки, защиты от климатического и человеческого факторов, реставрационным контролем, обеспечением влажностно-температурного режима как во время перевозки, так и в процессе экспонирования.

Мобильные выставки представляют собой единое целое с транспортным средством, на котором они перемещаются. Это специально оборудованные железнодорожные вагоны, автобусы, реже – теплоходы. Популярность подобных выставок была особенно высока в первые десятилетия советской власти в России, когда выставки активно использовались в целях политической пропаганды и агитации. Чаще всего вагон-выставка курсировал по специальному маршруту в составе агитпоезда наряду с вагоном-библиотекой, кинозалом, лекторием. Подобный опыт время от времени возобновляется сегодня. Например, в мае 2017 г. на станцию Челябинск из Пензы прибыл агитсостав ОАО РЖД «Армия Победы», который представлял собой современный вариант мобильной выставки. На его открытых платформах была представлена военная техника времен Великой Отечественной войны, а в одном из вагонов демонстрировалась экспозиция Военно-исторического музея Центрального военного округа.

В ведомственных музеях ОАО РЖД можно познакомиться также с опытом создания стационарных выставок в музеефицированных железнодорожных вагонах. Например, в музее подвижного состава Южно-Уральской железной дороги под открытым небом есть уникальный экспонат – вагон, построенный в 1910 г. «для перевозки высокопоставленных особ». Все помещения – салон, рабочий кабинет, купе для пассажиров первого класса – обставлены оригинальной мебелью и украшены подлинными вещами того времени. Ансамблевая (интерьерная) экспозиция сочетается с коллекционно-тематическим показом фотографий, документов, личных вещей руководителей станции, железнодорожников.

По срокам проведения выделяют выставки постоянно действующие, среднесрочные и краткосрочные.

К *постоянно действующим* относятся, как правило, стационарные экспозиции музеев и немوزهйных организаций. Например, постоянные пожарно-технические выставки входят в состав Центров противопожарной пропаганды органов МЧС; к постоянным выставкам могут быть отнесены портретные галереи артистов театральной труппы или Почетных граждан города. К постоянным выставкам можно отнести и регулярно проводимые, а потому имеющие общую концепцию, традиции, а часто и постоянных гостей и экспонентов, биеннале и триеннале (проводятся через два и через три года, как правило, в одном и том же месте). Как правило, это *художественные* выставки, самая известная из которых – Венецианская биеннале – существует с 1895 г. По масштабам и комплексности содержания и форм такие выставки близки фестивалям. Со второй половины XX века биеннале и триеннале становятся основной площадкой презентации современного искусства. В России самая значительная биеннале – международная выставка Московская биеннале современного искусства – проходит по нечетным годам, начиная с 2005 г.

Продолжительность *среднесрочных* выставок исчисляется условно периодами действия до пяти лет или одного года; *и краткосрочных* – до нескольких месяцев или даже дней и часов.

По целевой направленности выставки в социально-культурной сфере могут быть:

– *поддерживающими имидж организации*. Такие выставки кратко характеризуют историю, миссию и цель организации, знакомят с текущими достижениями и видением будущего. Они являются обязательным компонентом имиджевой политики, маркетинга.

– *образовательно-просветительскими*. Такие выставки направлены на раскрытие социально-значимой темы.

– *рекреационными*. Данный тип выставок преследует, прежде всего, развлекательные (гедонистические) цели.

По содержанию, общей тематике выставки, как правило, характеризует соответствие проблематике определенной профильной науки или

отрасли знаний. В зависимости *от профиля музея и коллекций*, представленных на выставке, выставки могут быть:

- *историческими,*
- *художественными,*
- *естественно-научными,*
- *комплексными.*

В зависимости от дифференциации профильной науки может быть выделена более узкая тематическая направленность. Так, в системе исторических выставок могут быть выделены *археологические, военно-исторические, историко-бытовые, этнографические, нумизматические, литературные, истории музыки и театра, истории науки и техники, промышленно-исторические, педагогические* и пр. В системе художественных – *выставки живописи, графики, скульптуры, декоративно-прикладного искусства, художественной фотографии*. Дальнейшая дифференциация может быть еще более дробной, учитывающей особенности периодизации истории, специфику художественных школ, жанров, индивидуального творчества, значения территориального образования или личности в истории и т.д. Одним словом, классификация наук может выступать в качестве сложного, многоуровневого критерия определения содержательно-тематической специфики выставки.

Выставка может строиться и на основе *комплексного – междисциплинарного* подхода, когда одно и то же явление рассматривается под углом зрения разных наук, с точки зрения его значения для культуры в целом. Например, с разных точек зрения может рассматриваться история края. Выставка, посвященная, каслинскому и кусинскому художественному литью, может представлять произведения из художественного металла в контексте истории развития заводов, влияния мировых тенденций на развитие художественной обработки металла в России и на Урале, ассортимента, особенностей технологии, творческих судеб художников-скульпторов, тенденций моды и спроса на изделия в разные периоды, специфики утилитарного использования, тематических предпочтений и идейных приоритетов и пр.

Кроме того, содержательно-тематическое многообразие музейных выставок позволяет выделить:

- *юбилейные* выставки, посвященные какой-либо памятной дате;

– *мемориальные* выставки, посвященные выдающемуся лицу или событию, на которых демонстрируются мемориальные предметы, желательно, в памятном месте;

– *монографические* выставки, посвященные одной теме, событию или конкретному историческому лицу;

– *отчетные* выставки представляют результаты научной, экспедиционной, коллекционной, реставрационной деятельности; итоги социально значимого проекта;

– *фондовые* выставки – специфически музейные выставки предметов из фондов музея, которые не входят в состав основной экспозиции.

По *форме экспозиции (жанру) и задачам выставки как события* можно выделить *бесконечное многообразие видов*, так как выставка – всегда творческий проект, позволяющий использовать множество приемов и подходов к решению темы. Назовем лишь некоторые: *выставка-конкурс; выставка-квест; выставка одного экспоната, выставка-перформанс* (театрализованная акция, осуществляемая в контексте предметно-художественной среды) и т.п.

Таким образом, многообразие подходов к классификации выставок раскрывает видовую многозначность каждого выставочного проекта. Выставка может характеризоваться разными видовыми параметрами, которые определяют специфику и технологию ее создания. Поэтому очень важно определить вид выставки уже на подготовительном этапе работы над ней, выделить существенные признаки, которые будут формировать методический инструментарий проектировщика.

Резюме к разделу 1

Проведем небольшую «инвентаризацию» материала, и тезисно изложим выводы, вытекающие из содержания первого раздела.

1. Выставка в системе СКД – это комплексная форма социально-культурной деятельности, в основе которой – временная экспозиция, передающая социально-значимые смыслы с помощью композиционно организованных, комментированных, технически и художественно оформленных в пространственной среде экспонатов.

2. Выставка – явление визуальной культуры. Основа любой выставки – экспозиция. Экспозиция – это «разговор вещами» – канал передачи информации с помощью вещей. Во время работы над выставкой для экспони-

рования отбираются те предметы, значения которых помогают раскрыть экспозиционный замысел. Предмет, материальный объект, свидетельствующий о прошлом и настоящем – основа визуального языка экспозиции. С точки зрения семиотики экспозиция представляет собой текст, в котором функцию знаков выполняют предметы, выставленные напоказ. Создание экспозиции – это не просто демонстрация предметов, а превращение их в лингвистические знаки, из которых складывается особое «послание».

3. Предмет в экспозиции – это двухконтурная информационная система. Первый контур – чувственно осязаемые физические свойства, второй – культурные значения вещи. Диалог, коммуникация экспозиционера и зрителя основан на уникальном качестве репрезентативности вещи в культуре – ее способности быть знаком мира ценностей, отношений, памяти прошлого. Континуум этих значений и является той специфической, ценной информацией, для передачи которой создаются выставки.

4. Экспозиция, «рассказ вещами» – это представление предметов в пространстве в определенной системе – визуальных взаимосвязях, порождающих особое сверхзначение – идею, которая выражается целостным визуальным образом экспозиции. Экспозиция как понятие выставочного дела была определена в данном разделе как целостная предметно-пространственная система, в которой экспонаты объединены концептуальным (научным и художественным) замыслом. Адресатом этой идеи, «дешифровщиком» закодированного смысла, является зритель, посетитель выставки.

5. Выставки в социально-культурной сфере выполняют коммуникативную, просветительскую, воспитательную, эстетическую, гедонистическую функции. Многообразие выставок характеризуется несколькими подходами к классификации, позволяющими выделить основные виды выставок по признакам территориального статуса, места и сроков проведения, целевой направленности, содержанию (профильности), форме экспозиции и задачам выставки как события.

Вопросы к разделу:

1. Что такое выставка как форма социально-культурной деятельности?
2. Поясните соотношение понятий «выставка» и «экспозиция». Дайте определение музейной выставки.
3. В чем заключается принципиальное отличие выставки от других форм социально-культурной деятельности – праздника, игровой программы и др.?

4. Назовите и обоснуйте предпосылки возникновения выставочного дела.
5. Охарактеризуйте функции и виды выставок.

Задания для базового уровня изучения дисциплины:

1. По учебным пособиям «Основы музееведения» (под ред. Э. Шулеповой) или «Музееведение» Т.Ю. Юрeneuveй (см. основную литературу к разделу) изучите историю коллекционирования в эпоху Возрождения и Просвещения. Дайте определения понятий *антиквариий, студиоло, галерея, кунсткамера, естественно-научный кабинет*. Сформулируйте значение данных форм коллекционирования для развития выставочного дела.
2. Представьте видовой многообразие выставок в виде таблицы или схемы.

Задания для повышенного и продвинутого уровня изучения дисциплины:

3. С помощью ресурсов Интернет проанализируйте современную выставочную ситуацию. Выберите 5 любых примеров выставок социо-культурного профиля, актуальных на данный момент. Опишите их видовые признаки.
4. Посетите любую выставку социо-культурного профиля, действующую в Вашем городе. Опишите ее функциональную структуру.
5. Посетите любую выставку торгово-промышленного или рекламного характера. Сравните ее цели, задачи, функции, организационную и тематическую структуру, особенности экспозиции с выставкой социо-культурного профиля.

Рекомендуемая литература:

Основная:

1. Каулен, М. Е. Музейная экспозиция // Основы музееведения : учебное пособие / отв. ред Э. А. Шулепова. – Москва: Едиториал УРСС, 2005. – С. 257–258.
2. Грицкевич, В. П. Зарождение и развитие музеев // Основы музееведения : учебное пособие / отв. ред Э. А. Шулепова. – Москва: Едиториал УРСС, 2005. – С. 108–146.
3. Словарь актуальных музейных терминов // Музей. – 2009. – № 5. – С. 47–68.
4. Юрeneuve, Т. Ю. История музеев мира // Т. Ю. Юрeneuve. Музееведение. – Москва, 2006. – С. 15–123.

Дополнительная:

5. Гусев, Э. Б. Выставочная деятельность в России и за рубежом: учебно-методическое пособие / Э. Б. Гусев, В. А. Прокудин, А. Г. Салашенко; под ред. Н. П. Лаверова. – М.: Дашков и К°, 2004. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text11/01.htm>.
6. Калугина, Т. П. Художественный музей как феномен культуры / Т. П. Калугина. – Санкт-Петербург: Петрополис, 2008. – 244 с.
7. Петелин В. Г. Основы менеджмента выставочной деятельности: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления / В. Г. Петелин. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 447 с.

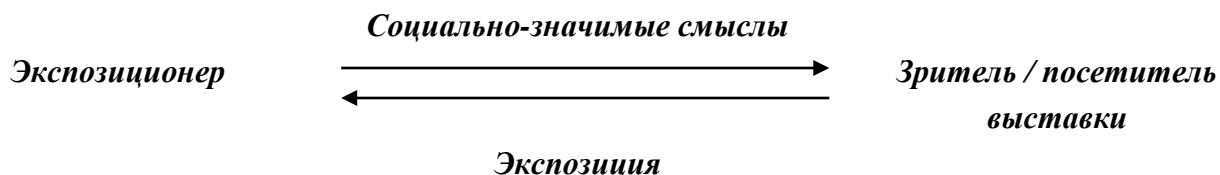
2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МУЗЕЙНО-ВЫСТАВОЧНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

2.1. Экспозиция как информационно-коммуникационная система. Структура экспозиционного пространства

В предыдущем разделе учебного пособия экспозиция в выставочном деле была определена как основной канал передачи информации. Передается информация с помощью специально отобранных предметов, которые называются экспонатами. *Структурная целостность* отличает экспозицию от простой выкладки предметов, что уже указывает на то, что экспозицию можно рассматривать как информационную систему. Информационная система – одно из ведущих понятий информатики. *Структурная целостность и обратная связь* рассматриваются в информатике как основные свойства информационных систем. Выставка функционирует только в социальной (не природной) сфере. Ее сверхзадачей является диалог экспозиционера и зрителя, передача от первого второму социально-значимых смыслов, и обратная связь – рефлексия зрителя по их поводу. Значит, выставку можно рассматривать с помощью понятий теории коммуникации и социального взаимодействия. Эта теория рассматривает социальную коммуникацию с помощью условной схемы:



Эту универсальную схему социальной коммуникации применительно к выставке можно уточнить следующим образом:



В этой схеме представляет интерес как каждый компонент, так и их взаимосвязь, так как теоретическая схема всегда является моделью принципа действия, и, в данном случае, объясняет, как создается выставка. Еще в 1960-е гг. канадский музеолог Дункан Камерон определил специфику

музейной (а, значит, и выставочной) коммуникации *как визуальный, пространственный* характер общения с «реальными» (то есть подлинными, реально существующими) вещами. С тех пор проблематика музейной коммуникации продолжает волновать лучшие умы теоретиков и практиков музееведения, однако ее исследование еще далеко от своего завершения. Обозначим несколько важнейших информационно-коммуникационных аспектов выставочной деятельности, а также структуру экспозиционного пространства как канала передачи информации.

Социально-значимые смыслы, которые экспозиционер стремится передать с помощью экспозиции, «выращиваются» из системы научных данных и предметов-фактов. В процессе проектирования они систематизируются в документе, который называется научной концепцией. Реальность и выставка – далеко не тождественные, структурно различные явления, хотя, казалось бы, именно к воссозданию образа реальности с помощью реальных же, подлинных, вещей стремится музейная экспозиция. Но именно *образ*, а не фрагмент действительности, полностью идентичный реальности, создается с помощью принципов экспозиционного показа, поскольку для познания и оценки действительности человеческому мышлению необходим *сдвиг значения*, схематичная проекция явления, времени, процесса, события, факта, личности, судьбы в истории. Смысл непосредственно наблюдаемой реальности, как правило, скрыт от нашего непосредственного восприятия, недоступен для сиюминутной рефлексии, и осознается только по прошествии определенного времени через призму нового опыта.

Музеееды в связи с этим говорят о практике *моделирования действительности, исторического прошлого* с помощью всегда фрагментарного, отрывочного предметного ряда, которое осуществляется на основе исследования темы и научно достоверных данных о предметах. Модель времени обладает свойством «сгущения» смысла, она всегда условна, свободна от второстепенных деталей. В сравнении с реальной действительностью модель проще, выразительней и лаконичней своего прототипа, она стремится к воплощению определенного образца – общепринятой и общепонятной (коммуникабельной) трактовки научного сообщения¹. Поэтому пространство музея, в котором, как правило, одновременно создается несколько та-

¹ См. об этом: Майстровская М. Т. Музей как объект культуры... С. 27–28.

ких временных моделей, по праву можно сравнить с «машиной времени». В архитектуре музейных зданий исторически сложилось даже символическое «транспортное средство» – торжественные марши грандиозных музейных лестниц. С одной стороны, они могут восприниматься как метафоры перемещения во времени и пространстве. С другой, – как граница между миром повседневности и «миром грез», преодолевая которую, зритель оказывается не по эту, а по ту сторону «рамы» – внутри особым образом срежиссированного музеем образа прошлого. Специфические музейно-выставочные средства создания этого образа прошлого – и есть форма существования музейной информации.

Модель времени или образ прошлого (либо какого-либо явления современности) в выставочном воплощении представляет собой *комплексную предметно-пространственную среду* – особым образом организованное экспозиционное пространство, **которое создается на основе принципов экспозиционного дизайна**. Эта среда концептуально проектируется как специфическое информационное пространство¹, структура которого обеспечивает погружение зрителя в тему, эмоционально-эстетическое переживание и осмысление увиденного. Практически невозможно разделить информационные и образные характеристики этой среды, так как они существуют в неразрывном единстве как содержание и форма. Попытаемся все же сделать это, выделив компоненты ее информационной структуры.

- *Архитектурная форма пространства*. Пространство экспозиции локально – ограничено стенами зала (залов) или условными границами ландшафта. Оно может быть весьма специфичным и полифункциональным, т.к. выставки часто создаются на галереях, в учебных аудиториях и классах, коридорах, рекреационных зонах, под лестницей... Пространство обладает всеми физическими характеристиками архитектурного объема – месторасположением в структуре здания, наличием входной зоны, оконных и дверных проемов, формой, шириной, глубиной, высотой, пропор-

¹ Информационное пространство – теоретический конструкт (абстрактный термин), под которым понимается совокупность результатов семантической (смысловой) деятельности человека. Информационное пространство образуется информационными ресурсами, средствами информационного взаимодействия и информационной инфраструктурой. Экспозиция/выставка может быть рассмотрена с точки зрения перечисленных компонентов информационного пространства, но в данном случае выставка анализируется как объект проектирования, поэтому большое значение имеет средовый подход, комплексная предметная среда выступает как результат проектной деятельности.

циями, различными структурными элементами (например, несущими колоннами, пилястрами, нишами, рельефом потолка и пр.).

Архитектурно-художественное проектирование экспозиции учитывает все эти объективно существующие особенности пространства, так как архитектура экспозиционного построения является *выразительной* системой, она суммирует документальность предметного ряда и специально созданный исторический контекст. Анализ архитектурных особенностей помогает найти пространственный «ключ» для решения образа времени. Длинное вытянутое помещение, например, может обыгрываться как «стрела» или «ось» времени. Расположение экспозиции на разных ярусах здания вертикальной архитектуры (например, башни) – как движение по «спирали» времени. Круговой маршрут по периметру зала – как циклическое развитие. Множество интересных примеров «обыгрывания» архитектурной специфики можно привести из опыта известных проектировщиков стационарных экспозиций музеев. Так, в литературно-тематической экспозиции Музея Ф. М. Достоевского в Санкт-Петербурге полноценным экспонатом стало окно с видом на Владимирскую церковь, многократно упомянутое писателем в его творчестве¹. При проектировании экспозиции музея Ухтомского технического университета, ее автор Т. П. Поляков воспользовался соседством музейного зала и репетиционной аудитории: большое «окно», напоминающее компьютерный экран, «вписалось» в череду реальных компьютеров разных поколений. Через него, как через гигантский экран персонального компьютера, можно наблюдать реальное общение и деятельность современных студентов².

Архитектурные формы осваиваются человеком только в движении, поэтому архитектурная форма пространства определяет логику сюжетного развития экспозиции (например, анфиладное расположение залов структурирует разделы экспозиции: один зал – одна тема), размещение фокусных экспонатов и смысловых доминант, чередование зон информационной насыщенности и пауз. Пространственные характеристики дополняются временными; архитектура является вспомогательным средством формирования образа *исторического* времени. Таким образом, архитектура выставки

¹ Литературно-мемориальный музей Ф. М. Достоевского: офиц. сайт. URL: <http://www.md.spb.ru>. Дата обращения: 02.03.18.

² Поляков Т. П. Музейная колея, или О методах и технологиях проектирования музейных экспозиций // Музей. 2010. № 5. С. 44–45.

– важнейший аспект содержательной формы, представляющей собой триаду пространство – движение – время.

- Архитектурный объем выставочного пространства структурируется специальным *оборудованием* – приспособлениями для демонстрации предметов – витринами, подиумами, стендами, динамичными перегородками. Они могут быть классически строгими или почти незаметными, а могут представлять собой метафорические конструкции, стилистически и композиционно созвучные теме выставки. И в том и в другом случае эти формы малой архитектуры несут информационную нагрузку: регламентируют отбор предметов возможностью и спецификой их размещения в пространстве, задают логику осмотра и иерархию значений, своей формой и размером определяют комбинаторику предметов, порционность информации, диктуют чередование зон информационной насыщенности и психологической разгрузки. С точки зрения восприятия экспозиции оборудование – это тоже своеобразная «рама», отделяющая посетителя от экспонатов.

- *Экспозиционные материалы.* Вся совокупность предметов, которые демонстрируются на выставке, называется экспозиционными материалами. Экспозиционные материалы – совокупность всех экспонатов – являются основным информационным ресурсом выставки. Эти ресурсы могут быть первичными и вторичными. Первичные – это предметы-подлинники, первоисточники, они имеют первостепенное значение, являются основными компонентами среды, излучающими «кванты» информации. Вторичные, вспомогательные материалы – это воспроизведения (копии, модели, макеты) и иллюстрации, тексты, аудиозаписи. На выставке им отводится подчиненная, второстепенная роль. При проектировании экспозиции предметный ряд тщательно анализируется и классифицируется.

Из экспозиционных материалов строятся объемно-пространственные композиции – «музейные сообщения», «высказывания». В выставочной практике композиция предметов, имеющая относительно самостоятельный, законченный смысл и художественную форму, получила название *экспозиционного комплекса*. От простейшей «выкладки» предметов экспозиционный комплекс отличает зрительное и смысловое единство экспозиционных материалов, включая сами предметы, вспомогательные материалы, тексты. Экспози-

ционные комплексы могут быть однородными и неоднородными по составу предметов. У музейных специалистов в ходу терминология, связанная с классификацией исторических источников: «вещевой комплекс», «комплекс фотоматериалов», «документальный комплекс»; или: археологический, этнографический, историко-бытовой.

Для создания экспозиционного комплекса используется ограниченное количество предметов. Согласно так называемому «числу Миллера¹» глаз человека, визуально структурируя пространство, одновременно может воспринять не более 7 элементов. Поэтому экспозиционный комплекс, как структурную единицу пространства, не рекомендуется нагружать большим количеством предметов (оптимально 7 ± 2). Используются и разные методы проектирования, в зависимости от них виды экспозиционных комплексов также объединяются в специальную классификацию, о чем будет сказано в одном из следующих параграфов. Как правило, для монтажа экспозиционного комплекса используется определенная единица оборудования – витрина или витринная полка, подиум, стенд. Это позволяет локализовать пространство каждого «высказывания», отделить их друг от друга «паузами» – пустотами, и таким образом зрительно структурировать «визуальное повествование».

Предметная среда выставки формируется на основе принципов *экспозиционного дизайна*. Дизайн – область практической деятельности, которая призвана обеспечить взаимосвязь и соразмерность всех перечисленных компонентов – архитектуры, оборудования, экспоната, зрителя. Средствами дизайна достигается комплексное воздействие среды на зрителя, обеспечивается комфортность получения информации. С помощью дизайна решаются проблемы функциональности и экономичности, эргономичности, конструктивной надежности и сохранности предметов, дизайн является важнейшим компонентом информационно насыщенной эстетики экспозиции. Средствами дизайна создается экспозиционный ансамбль, который и является основным средством музейной визуальной коммуникации.

В высших своих образцах экспозиционный ансамбль является воплощением конкретного содержательного *образа*. Информационная емкость художественного образа и сила его эмоционального воздействия из-

¹ Джордж Миллер – американский психолог, установивший закономерность, согласно которой кратковременная человеческая память может запомнить и повторить не более 7 ± 2 элементов.

вестны с глубокой древности. Отечественный филолог А. Потебня писал по этому поводу: «Образ дает нам <...> возможность замещать массу разнообразных мыслей относительно небольшими умственными величинами... Этот процесс можно назвать процессом сгущения мысли...»¹.

Синтетический образ выставки – это пластическая метафора, которая включает в себя различные элементы – предметные композиции, пространство, свет, цвет, фактуры, материалы, формы, звуки, даже запахи. Все эти компоненты экспозиционного ансамбля усиливают трансляцию, создают оптимальные условия для восприятия и осмысления. Если архитектура пространства помогает найти пространственный ключ, то смысловая трактовка темы помогает найти «ключи» образные – цветовой, конструктивный, изобразительный, декоративный, шрифтовой. Это сближает выставочную проектную деятельность со сценографией. Например, в уже упомянутой литературно-тематической экспозиции Музея Ф. М. Достоевского в Санкт-Петербурге ключевой метафорой идеи взаимосвязи жизни и творчества писателя стала евангельская цитата «И свет во тьме светит, и тьма не объяла его». Этот эпиграф к экспозиции претворился в художественную целостность и пластику экспозиционного ансамбля. «Черное «двоящееся» пространство с бесконечными отражениями, мерцающий свет, стены с «окнами-объектами» [фотографиями, портретами, письмами, рукописями, вещевым материалом] и единственное открытое окно с видом на Владимирскую церковь, по замыслу авторов экспозиции, соответствуют «космосу» Достоевского и атмосфере его петербургских произведений»². Главная задача этого экспозиционного ансамбля – быть выразительной системой передачи невербального контекста.

Главенство экспоната и научная основа содержания экспозиции отличают искусство экспозиционного ансамбля и эксподизайн в целом от активно развивающихся искусства аранжировки пространства (в том числе, интерьера), искусства инсталляции, рекламного дизайна. Раскладки одних только музейных предметов и их эстетической аранжировки для этого недостаточно. Именно специально срежиссированный на основе символического сценария экспозиционный ансамбль организует коммуникационный канал, связывает зрителя и источники информации.

¹ Потебня А. А. Эстетика и поэтика. М., 1976. С. 520.

² Литературно-мемориальный музей Ф. М. Достоевского: офиц. сайт.

Зритель как «получатель», адресат культурно-исторической, научной, эстетической информации по отношению к экспозиции занимает не отстраненное положение. Он непосредственно включен в ее среду, помещен внутрь пространства, в композиционную структуру ансамбля. Перемещаясь в этом пространстве-времени, он испытывает воздействие не только отдельного экспоната, но и комплексное воздействие элементов архитектурно-художественной формы экспозиции (примеры такого воздействия см. в приложении 1 «Музей глазами профессионалов и посетителей»).

Это делает экспозицию уникальной формой передачи информации в сравнении, например, с другими визуальными каналами – театром, кино, телевидением, мультимедиа, которые дистанцируют, отстраняют зрителя от визуальной картины плоскостью экрана, границей сцены и занавеса. И этим объясняется не тиражируемость экспозиции как источника информации, сомнительная идентичность фотофиксаций и виртуальных выставок их реальным прототипам. Техника бессильна перед необходимостью симулировать «интегральный компонент» – включенность зрителя в среду и постижение целостной пространственной картины через движение и наложение множества видовых точек и ракурсов, которые рождают индивидуальный и неповторимый эффект восприятия.

Коммуникация между экспозиционером и зрителем носит характер индивидуальной работы по декодированию этого послания, причем осуществляется оно в рамках особой кодовой системы самого музея или выставки. Такую ситуацию часто можно наблюдать, когда посетители встречаются в музее с привычными бытовыми предметами – утюгом, самоваром, чайником, куклой... «У меня (у бабушки, мамы...) такие были!» – радостно сообщают они. Статус предмета в их восприятии изменяет кодовая система музея: это уже не просто бытовая вещь, а документ, свидетель истории, через предмет и сами люди чувствуют себя «вписанными» в ее ход, самоидентифицируются с историческим пространством, этносом, социальной группой, событием, средой. Точно так же удивляются родители рисункам своих детей, увидев их в выставочном оформлении, в сопровождении этикетки, в контекстуальном окружении другими произведениями. В восприятии зрителя они становятся качественно иными: помещение в непрофанное (то есть противоположное обыденному) выставочное пространство

делает их знаками достижений, своеобразного детского видения, признанными фактами культуры, а не только повседневной детской жизни.

Отсюда следует, что «обучение» на выставке или в музее – это опыт коммуникации в контексте различных кодов, как социальных, так и индивидуальных. Поэтому экспозиция всегда остается открытой для восприятия, неисчерпаемой для познания и самопознания. При этом она всегда содержит «шумовые» элементы – нерасшифрованные зрителем «кванты» информации, а также несет в себе возможность порождения смыслов, о которых создатели экспозиции вовсе не думали. На этом и основана магия экспозиции, которая открывает человеку собственные воображаемые миры, делает его творцом нового смысла. В этом специфика выставочного показа отчасти сближается с жанрами литературной природы, которые тоже являются семиотическими (знаковыми) системами – текстами. Неслучайно ряд отечественных основоположников музееведения указывал на существование «очень точной аналогии между музеем и книгою»¹. Но в сравнении со словесностью экспозиция имеет предметный (артефактный) характер, а ее основной метод – визуальные репрезентации, которые, как пишут исследователи проблемы, – «действуют немедленно, непосредственно и зачастую производят сенсационный эффект»².

Подведем итог характеристике экспозиции как информационно-коммуникационной системы. ***Сущность информации, которая передается с помощью специфического выставочного канала, заключается в визуально-смысловом моделировании культурно-исторических процессов*** (явлений, событий). Исследователи отмечают, что эта информация должна быть важной и полезной для посетителя в данный момент. То есть, это должна быть не только и не столько научная, узко-профильная, сколько *культурная* информация, выполняющая ценностно-ориентировочную функцию. Это, как пишут зарубежные музеологи, всегда оставляет открытой проблему «инсценирования истории». ***Форму существования музейной информации можно охарактеризовать как особым образом организованную предметную визуальную среду***, которая создается в соответствии с принципами экспозицион-

¹ Шмит Ф. И. Музейное дело. Вопросы экспозиции. Л., 1929. С. 52.

² Блоуин Ф., Розенберг У. Споры вокруг архивов, споры вокруг источников // Статус документа: окончательная бумажка или отчужденное свидетельство? : сб. ст. / под ред. И.М. Каспэ. М., 2013. С. 125–154; URL: <http://coollib.com/b/378572/read#t21>. Дата обращения: 02.03.18.

ного ансамбля. *Экспозиционный ансамбль выступает в качестве основного средства выставочной визуальной коммуникации. Основой визуального языка экспозиции является экспонат.* Экспозиционный ансамбль при этом может символически олицетворять собой образ времени, события, героя, что, безусловно, оптимизирует восприятие смыслов. Однако форма экспозиции может и не быть образной, что чаще всего и происходит с выставками как временными, а потому максимально экономичными проектами, в особенности, в небольших провинциальных музеях. Тем не менее, и они должны соответствовать функциональным и эстетическим требованиям, «открывая» замысел зрителю с помощью разнообразных (или хотя бы некоторых из них) пространственных ключей – цветового, конструктивного, изобразительного, декоративного, шрифтового. *Зритель*, посетитель на выставке – главный субъект познания и личностных трансформаций. Постигание экспозиции всегда персонифицировано, предопределено не только (и не столько) заданными обстоятельствами, сколько ассоциациями, опытом, установками, самим внутренним миром человека. «Послание» авторов выставки может быть воспринято частично, может быть отвергнуто, а может иметь пролонгированный эффект. Каждый посетитель творит выставку заново и по-своему, поэтому она не может уподобиться обучению «правильным» знаниям или выводам, а остается пространством личного выбора, опыта коммуникации, творчества собственных смыслов.

2.2. Экспозиционные материалы

Понятие «экспозиционные материалы» отвечает на вопрос: *из чего создается экспозиция?* Как уже было сказано в предыдущем параграфе, экспозиционные материалы – это совокупность экспонатов, представленных в экспозиции. *Экспонаты* – предметы, выставленные для обозрения, элементарные структурные компоненты экспозиции. В их числе могут быть и музейные предметы, и предметы личных коллекций, и недвижимые памятники культуры и природы, и объекты живого мира, а также нематериальные и даже не визуализируемые объекты (например, ароматы духов на выставке «Шанель. По законам искусства» в ГМИИ им. А. С. Пушкина в 2007 г.). Кроме того, в число экспонатов входят воспроизведения музейных предметов, научно-вспомогательные материалы – иллюстрации, карты, тексты, аудио- и видео-

комментарии. Будучи сгруппированы в экспозиционные комплексы, и далее – в разделы, экспозиционные материалы выступают в качестве нелингвистических знаков «текста» экспозиции, формируют выставочное повествование. Таким образом, термин «экспозиционные материалы» может быть определен как **система объектов экспозиционного показа, раскрывающих на основе концептуального (научного и художественного) замысла тему музейной экспозиции и ее основную проблематику**. Из определения следует, что в состав экспозиционных материалов не входят, например, электротехнические, аудиовизуальные, электронные и т. п. *средства*, а также экспозиционное оборудование, оборудование для отдыха посетителей и т. п. При этом учебный фильм, мультимедийная программа могут рассматриваться как компонент системы научно-вспомогательных материалов, а демонстрационная техника будет относиться к системе технических средств экспозиции, и в состав экспозиционных материалов входить не будет.

В предыдущих параграфах уже говорилось о целесообразности выделения *основной* и *вспомогательной* групп экспонатов, или, как иногда говорят, *первичных* и *вторичных* материалов. К **основной** группе относятся *объекты показа, имеющие значение подлинника, первоисточника знаний и эмоций о природе и обществе*. К **вспомогательной** – группа материалов, *специально изготовленных для экспозиции*, и, соответственно, не являющихся первоисточниками. Особенно важно такое разграничение для музейной практики, поскольку предмет-подлинник выступает в музейной модели истории как свидетель и участник событий, часть исторического прошлого. Поэтому вспомогательные (вторичные) материалы характеризуются *подчиненным* положением по отношению к первоисточникам. В музееведческой литературе настойчиво подчеркнута их несамостоятельность, функциональная зависимость от основной группы. В контексте данной темы метафора *языка* музейной экспозиции вновь становится актуальной. Сложным образом устроенный визуальный «текст» нуждается в специфической «лексике», «грамматике» и «синтаксисе», которые организуют «соподчинительные связи» – взаимное документирование предметов. Уже упомянутый нами основоположник коммуникационной теории Д. Кэмерон, сравнивал предметы основной группы (первоисточники) с существительными, а вспомогательной – с прилагательными и наречиями.

2.2.1. Основные экспозиционные материалы – объекты показа, имеющие значение подлинника

Состав первой группы в музейном деле определяется посредством категории «*музейный предмет*». Понятие это исторически закрепилось за *движимыми* объектами исторического и культурного наследия, хотя в последнее время активно предпринимались попытки расширительной трактовки, учитывающей особенности экспозиций, которые включают недвижимые, средовые и нематериальные объекты¹. Характеристика предметов с точки зрения источникового подхода (способа кодирования информации) позволяет классифицировать их на группы письменных, вещевых, изобразительных, кино-, фото-, фоноисточников. Аксиологический (ценностный) подход применяется при делении музейных предметов на уникалы и раритеты, типичные, типовые и мемориальные предметы (в том числе реликвии). При отборе предметов для экспозиции учитываются их основные свойства:

- **Информативность** – способность предмета являться источником сведений о явлениях и процессах, происходящих в природе и обществе, характеризовать особенности среды бытования, в которой этот предмет находился.
- **Экспрессивность** – способность воздействовать на эмоциональную сферу личности.
- **Аттрактивность** – способность привлекать внимание, обусловленная его внешними характеристиками.
- **Репрезентативность** – способность служить образцом, представляющим аналогичные объекты

Новые тенденции в понимании сущности экспозиции позволяют относить к числу экспонатов и средовые объекты. Так, экспозиции памятников, архитектурных ансамблей и достопримечательных мест включают строения и сооружения фортификационного, дворцового, жилого, общественного, административного, торгового, производственного, научного, учебного, религиозного назначения, произведения ландшафтной архитектуры и садово-паркового искусства (сады, парки, скверы, бульвары, вод-

¹ Например, в учебном пособии «Основы музееведения» (М., 2005) музейный предмет определяется как «включенный в музейное собрание историко-культурный или природный объект, обладающий музейной ценностью, являющийся источником разнообразных знаний и эмоционального воздействия».

ные объекты), отдельные захоронения, некрополи, памятные места, культурные и природные ландшафты.

Временные границы предмета в экспозиции характеризуются его значением подлинного свидетеля моделируемых событий. Что же касается тематических границ, размеров предмета или объекта и фактора «материальности», то они не являются ограничением для включения в систему основной группы экспозиционных материалов. Пространственные границы экспоната могут быть ничтожно малы, тогда для его показа применяется специальная оптика (например, микрокниги, художественная миниатюра, биологические объекты, недоступные зрению), либо, напротив, гигантски велики (например, архитектура зданий и их интерьеры, ландшафты, парки, водные объекты, инженерно-технические сооружения). В экспозиции могут демонстрироваться объекты живой природы, как это делается, например, не только в зоопарках, аквариумах и ботанических садах, но и в коллекционных музеях. Например, в инсектарии Государственного Дарвиновского музея экспонируется коллекция насекомых Подмосковья, а в Национальном музее Башкортостана – ихтиологическая коллекция рыб – обитателей природных водоемов Башкирии.

2.2.2. Вспомогательные материалы – объекты показа, специально изготовленные или приобретенные для экспозиции

Вспомогательные материалы не являются первоисточниками знаний и эмоций о природе и обществе, а потому не обладают всем комплексом свойств, ценностью и функциями предметов первичной группы. В экспозиции они помогают интерпретировать подлинники, выступают в качестве «экспозиционной грамматики», то есть средств, с помощью которых между предметами выстраиваются смысловые связи и отношения. При необходимости вспомогательные материалы компенсируют дефицит подлинников, демонстрируют строение и функции музейных предметов и объектов, реконструируют контекст времени, связывают экспозиционные комплексы в единое целое. Если подлинникам в экспозиции однозначно отводится *определяющая* роль, то вспомогательные материалы имеют *подчиненное* значение по отношению к подлинникам.

Таким образом, задачи вспомогательных материалов в экспозиции сводятся к следующему: 1) воссоздание исторического контекста; 2) дополнение предметной основы; 3) интерпретация памятника; 4) создание экспозиционного образа и эмоциональных доминант, 5) обеспечение интерактивности.

Справедливости ради надо отметить, что для немусейных выставок такое жесткое разграничение материалов первичной и вторичной группы не принципиально. Нередко они полностью состоят из иллюстраций, дидактических схем, текстовых материалов.

Рассмотрим классификацию вспомогательных материалов, принятую в музейной сфере. Она включает в себя следующие виды:

- **Воспроизведения музейных предметов/объектов** создаются с целью замены подлинника, если он отсутствует или его экспонирование по каким-либо причинам нежелательно. Воспроизведение должно с максимальной точностью передать внешний облик и основные характеристики оригинала, важные с точки зрения задач экспонирования. Воспроизведение может быть двухмерным (фотографии, рисунки) или трехмерным (слепки, муляжи, цифровые изображения). В практике создания воспроизведений выбор того или иного вида во многом зависит от особенностей оригинала. Так, скульптура никогда не будет воссоздаваться в технике муляжа, наилучшей техникой воспроизведения произведений данного жанра является копия-слепок, а при невозможности его создания – изготовление качественной фоторепродукции или голограммы.

На практике задача выбора вида воспроизведения не представляет сложности, опыт подсказывает музейному специалисту, что сложные технические объекты воспроизводятся методом моделирования, архитектурные – макетирования, объемные уникальные предметы могут быть воспроизведены с помощью голограммы, с природных объектов (например, палеонтологических) снимаются слепки и делаются таксидермические скульптуры (чучела), с произведений искусства – репродукции, а натуральная копия вещевого источника тоже, как правило, именуется муляжом. Что же касается теории, то понятийный аппарат воспроизведений в ней явно нуждается в дальнейшей разработке и задача эта не может быть решена в рамках учебного пособия. Поэтому ограничимся краткой характеристикой основных типов и видов воспроизведений.

Первая типологическая группа воспроизведений – копии. **Копия** – предмет, создаваемый с целью повторения, подражания или замены другого предмета, выступающего по отношению к копии подлинником (оригиналом). Объектами копирования может быть практически все многообразие движимых памятников – произведения искусства, письменные, вещевые источники, фото- фоно- и киноматериалы. В зависимости от особенностей оригинала выбирается определенная техника копирования.

Копия может быть очень точным информационным «двойником» оригинала. Тогда, как правило, она иначе, как копия, и не называется. В таком случае предмет изготавливается из такого же, как оригинал, материала, и с полным соблюдением технологии его изготовления. Таким образом копируются (как правило, не самим автором¹) произведения живописи или скульптуры спустя определенное время после их создания. В отдельных случаях такого рода копирование приобретает ценность первоисточника. (Но не оригинала. Например, безусловной самостоятельной ценностью подлинника обладают римские копии греческих скульптур, но заменить оригиналы они не могут, несмотря на все свое художественное совершенство). Подобным образом могут создаваться копии предметов декоративно-прикладного искусства, вещевых источников. Как правило, они обладают только внешним подобием оригиналу, но не могут передать замысла его автора, не всегда обладают в полной мере его функциональностью, не имеют естественных следов культурной биографии. Для такого рода копий нередко применяют понятие «*натуральная копия*».

Копии произведений искусства, которые изготавливаются с применением множительной техники (начиная от гравировальных досок и заканчивая современным цифровым оборудованием), называются *репродукциями*. Цифровое оборудование используется и для создания качественных воспроизведений письменных источников. В таком случае уместно говорить о *цифровой копии* оригинала. Таким образом копируются, как правило, рукописи, ценные печатные издания.

Трехмерные объекты воспроизводятся в технике слепка или муляжа. *Слепок* в точности передает форму, размер оригинала, так как изготавливается путем снятия с оригинала формы и заливки в нее гипса или син-

¹ Авторская копия называется *репликой*.

тетической массы. В последнее время появились возможности 3D-сканирования и изготовления точных объемных копий трехмерных объектов. Их вряд ли можно отнести к категории слепков, и скорее всего, следует рассматривать как разновидность цифровой копии. Объемная оптическая копия, снятая при помощи лазерной техники и воспроизводимая в натуральную величину под воздействием пучка света называется *голограммой*.

Различные вещественные источники, а также объекты, которые не подлежат длительному хранению (плоды, грибы, продукты питания), воспроизводятся с помощью *муляжей* – повторений внешнего вида предметов (формы, размера, цвета) из материала и с помощью технологий, как правило, отличающихся от оригинальных. Фото- фоно- и киноисточники копируются с помощью специальных технических устройств, в настоящее время, как правило, цифрового характера.

Вторая типологическая группа воспроизведений – макеты. **Макет** – трехмерное изображение, как правило, недвижимых памятников – зданий и сооружений, производственных и бытовых интерьеров, ландшафта и рельефа местности и т.п., воспроизводящее его внешние формы с допустимой долей условности и в соответствующем масштабе. Искусство макетирования – самостоятельное направление средового дизайна. Макеты средовых объектов (поселений, исторических событий), как правило, строятся по принципам диорамного искусства. Такие макеты называют *диорамными макетами*. Конструктивные особенности макетов позволяют классифицировать их на *макеты, осматриваемые с одной стороны* и *макеты кругового осмотра*. По принципу применения различных технических средств макеты делятся на *действующие* (*механизированные, электрифицированные*) и *статические*.

Третья типологическая группа воспроизведений – модели. **Модель** – трехмерное изображение объектов науки и техники или недвижимых памятников, воспроизводящее конструктивные принципы их действия, функциональную структуру. Внешние формы объекта-подлинника при этом могут воспроизводиться условно. Видовое многообразие моделей включает: модели *действующие* (они отражают фазы или этапы процесса, динамические свойства объекта) и *статические*. *Универсальная модель* многофункциональна, *дидактическая* – предназначена для использования

в обучающих целях (модель-тренажер). С точки зрения конструктивных особенностей модель может быть *объемной* (пространственной, воспроизводящей пространственную структуру объекта), и *моделью-схемой* (воспроизводящей функциональную структуру и не обязательно – пропорции объекта и пространственную структуру).

Некоторые авторы и макет рассматривают как разновидность модели, воспроизводящей внешний вид объекта в определенном масштабе. С нашей точки зрения целесообразно отнесение макета и модели к разным типам воспроизведений на том основании, что цель макетов – воспроизведение *внешних форм*, а цель моделей – воспроизведение *принципов действия и функциональной структуры*. Это, тем не менее, не исключает терминологической путаницы: например, объемное воспроизведение внешнего облика корабля или самолета называют в обыденной жизни моделью, а не макетом, хотя они не предусматривают демонстрации принципов действия или внутреннего устройства. Следует, все же, считать масштабные воспроизведения самолетов, кораблей, автомобилей макетами, и именно таким образом давать определение вида предмета в экспозиционной этикетке.

Таким образом, система воспроизведений музейных предметов и объектов имеет весьма разветвленную структуру, но мера и степень их применения оставляет за подлинником главное место в экспозиции.

- **Научно-вспомогательные материалы и тексты в экспозиции** представляют в комплексе систему информационного обеспечения экспозиции. *Научно-вспомогательные материалы* – материалы, содержащие научно-обоснованную информацию в виде карт, схем, реконструкций, диаграмм, мультимедиа программ и пр. *Тексты* – цельная многоуровневая система информационного сопровождения всех структурных единиц экспозиции (от экспозиции в целом до отдельного экспоната) в форме лингвистического текста.

Поиски последних лет в этой сфере чрезвычайно обогатили способы представления данных видов экспозиционных материалов. Наряду с традиционными – картами, схемами, текстами, развернутыми экспликациями, этикетажом и пр. на материальных носителях, в музеях успешно используются аудиостойки, видеомониторы, компьютерные программы. Это

расширяет информационный потенциал экспозиционной темы за счет многоуровневой дополнительной информации, и за счет представления предметов, которые по тем или иным причинам не вошли в экспозицию. Компьютерные презентации предметов позволяют подчеркнуть особенности конкретных экспонатов, незаметные при традиционном показе в экспозиции, путем показа их в различных режимах съемки и ракурсах. При этом посетитель может выбрать максимально комфортный, индивидуально приемлемый для него объем и режим получения информации вплоть до загрузки в мобильное устройство специального приложения, что повышает не только информационный, но и коммуникативный потенциал экспозиции – способствует генерации новых смыслов на пересечении экспозиции и личного опыта, знаний, эмоций посетителя.

Отдельных размышлений заслуживает *научная реконструкция* как вид научно-вспомогательного материала. В музейной практике этим термином может быть обозначен метод научного моделирования предмета или объекта (в том числе нематериального наследия), оригинал которого утрачен или сохранился частично, т. е. *реконструкция* – это научно-обоснованное воссоздание утраченного или руинированного культурного или природного объекта либо его частей, в виде рисунка, чертежа, макета, модели, виртуального проекта, материальных версий предметов и объектов, воссоздающих более или менее возможный их вариант (например, восстановление учеными-антропологами по черепу внешнего облика людей). При этом моделируется и процесс изготовления, и утилитарная функция вещи. Результатом реконструкции может быть и учебное игровое кино или звукозапись вымышленных, но возможных с точки зрения исторической достоверности, диалогов государственных лиц. Созданию реконструкции предшествует длительный этап предварительного исследования объекта. Очевидно, что реконструкция как метод научного моделирования применяется не только и не столько в экспозиционной, сколько в научно-исследовательской практике и служит опытному постижению исторической действительности, например, в археологии.

Методом научной реконструкции на основе подлинных предметов и воспроизведений в экспозиции проектируются средовые объекты – ансамбли, ландшафты, интерьеры, музейные натюрморты, и нематериаль-

ные, воссоздающие динамические состояния жизнедеятельности человека – бытовой уклад, трудовые процессы, обряды, ритуалы, события. Во всех случаях научное исследование дополняется авторским домысливанием формы, пропорций, других характеристик предмета или объекта, что особенно обращает на себя внимание при воссоздании объектов нематериального наследия в творческой практике, например, профессиональных актеров-исполнителей народных сказок или песен, выступающих в роли и имитаторов, и интерпретаторов исторической реальности. Исследователи выделяют несколько видов научной реконструкции: *описательная* (письменная характеристика предмета и его устройства), *графическая*, *натуральная* (наглядное воплощение описательной реконструкции), *виртуальная*. Выбор того или иного вида реконструкции зависит от типа воссоздаваемого объекта:

- **Произведения экспозиционного искусства** – также часть не только системы экспозиционных материалов, но и концептуальной пространственно-художественной среды *Произведения экспозиционного искусства* – художественные произведения различных жанров, создаваемые специально для данной экспозиции с целью иллюстрирования темы, создания образной доминанты, художественного выражения замысла экспозиции, акцентного элемента архитектурно-художественного решения.

Создание экспозиции как специфического вида синтетического искусства, предполагает введение самоценных произведений – фотоколлажей, бутафории, художественных инсталляций. Помимо научно-вспомогательной они выполняют еще и важнейшую – формообразующую – функцию. К произведениям экспозиционного искусства относятся специально созданные для экспозиции художественные *иллюстрации* – монументально-графические, живописные, скульптурные произведения, а также произведения синтетических жанров, созданные художником экспозиции или по его проекту. К числу произведений синтетических жанров относятся широко применяемые в экспозиции диорамы. Создание таких произведений – одно из проявлений культуротворческой функции экспозиционно-выставочной деятельности, так как она побуждает к созданию высокохудожественных произведений. Ярким примером культуротворческой роли выставок стало утверждение в системе ис-

куств такого направления, как *бутафория*. Это произошло в значительной степени благодаря творчеству музейного художника Леонтия Озерникова. С помощью бутафории создается предметно-осязаемый образ и атмосфера конкретного времени и пространства. Имитация части улиц с булыжной мостовой, фонарями, театральными тумбами и верстовыми столбами, фрагменты пещер с наскальными росписями, бутафорские интерьеры фотосалонов начала прошлого века, фрагменты деревянных изб и многое другое помогают вызвать эффект присутствия и создают зрительно-притягательный образ экспозиции. Специально спроектированные для экспозиции арт-конструкции, выполняющие функцию метафорических витрин для подлинных предметов, также могут быть отнесены к средствам бутафории.

Подводя итог данному параграфу, еще раз воспроизведем структуру экспозиционных материалов музейно-выставочной экспозиции. В состав **основных экспозиционных материалов** входят предметы-подлинники; группа **вспомогательных экспозиционных материалов** включает: воспроизведения музейных предметов/объектов, научно-вспомогательные материалы и тексты, произведения экспозиционного искусства.

2.3. Принципы научного музейно-экспозиционного проектирования

Создание образа будущей экспозиции, детальная проработка всех ее аспектов называется *проектированием*¹, а результат этой деятельности – *проектом*. Понятие музейно-выставочного проектирования опирается на английский корень *project* – дизайн, конструкция; и на латинский *projectus* – «брошенный вперед, выступающий», опережающий. основополагающие принципы системного проектирования универсальны для процессов создания не только экспозиций и выставок, но любых сложных систем. Характеристика этих принципов отражена в таблице 1.

¹ Международный стандарт ISO 21500 дает расширительную трактовку понятия «проектирование»: это «уникальный набор процессов, состоящих из скоординированных и управляемых задач с начальной и конечной датами, предпринятых для достижения цели. Достижение цели проекта требует получения результатов, соответствующих определенным заранее требованиям, в том числе ограничения на получение результатов, таких как время, деньги и ресурсы.

Принципы системного проектирования¹

№	Принцип	Основные характеристики
1	Практическая полезность	Деятельность должна быть <i>целенаправленной</i> , устремленной на удовлетворение действительных потребностей реального потребителя или определенной социальной, возрастной или иной групп людей
		Деятельность должна быть <i>целесообразной</i> . Важно вскрыть причины, препятствующие использованию существующих объектов для удовлетворения новых потребностей, выявить вызывающие их ключевые противоречия и сконцентрировать усилия на решении главных задач
		Деятельность должна быть <i>обоснованной и эффективной</i> . Разумным будет использование не любого решения задачи, а поиск оптимального варианта
2	Единство составных частей	Целесообразно любой объект, сложный ли он или простой, рассматривать как <i>систему</i> , внутри которой можно выделить логически связанные более простые части – подсистемы, единство частных свойств которых и образует качественно новые свойства объекта-системы
		Разрабатываемые объекты предназначены для людей, ими создаются и эксплуатируются. Поэтому человек также обязан рассматриваться в качестве одной из взаимодействующих систем. При этом должно приниматься во внимание не только физическое взаимодействие, но и духовно-эстетическое воздействие
		Внешняя, или как её ещё называют – <i>жизненная среда</i> , также должна рассматриваться в качестве системы, взаимосвязанной с проектируемым объектом
3	Изменяемость во времени	Учёт этапов жизненного цикла объекта
		Учёт истории и перспектив развития и применения разрабатываемого объекта, а также областей науки и техники, на достижениях которых базируются соответствующие разработки

В 1970-е гг. в практику сотрудничества музея и художника (которая, как правило, оформлялась договорными отношениями) была привнесена культура *системного проектирования*, а сложившаяся в практике выставочной деятельности проектная методология получила закрепление в инструкциях Министерства культуры. В то же время деятельность по созданию выставок была признана одним из самостоятельных направлений декоративно-прикладного искусства и дизайна. Современный «Словарь актуальных музейных терминов» определяет **проектирование экспозиции**

¹ Проектирование // Википедия. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Проектирование>.

как вид проектной междисциплинарной научно-художественной деятельности по формированию предметной, содержательной и пластической среды экспозиции музейной, включающей научное, художественное, технологическое проектирование, а также информационное обеспечение. Следует заметить, что, сам процесс реализации проекта в понятие проектирования не входит.

В приведенном выше определении музейно-экспозиционного проектирования выделено три направления (вида) этой деятельности – научное, художественное, технологическое (технорабочее). Каждый из этих видов проектирования подчиняется не только описанным выше универсальным принципам системного проектирования, но и специфическим принципам, свойственным только данному виду проектирования в музейно-выставочной сфере. Мы рассмотрим принципы *научного* проектирования, на основе которых создаются экспозиции любой степени сложности и продолжительности действия – от многозальных стационарных выставок до минималистичных выставочных уголков и краткосрочных экспозиций. К ним относятся: принцип научной объективности, предметности и коммуникативности.

Принцип научной объективности частично уже рассмотрен ранее в связи с коммуникативной и просветительской функциями. Сущностью этого принципа является тесная связь с профильной наукой – той областью знаний, которая занимается определенным сектором материальной культуры, познанием закономерностей природы и общества и их актуальными достижениями (для художественной экспозиции это история искусств и искусствоведение, для литературной – история литературы и литературоведение, для естественнонаучной – зоология, ботаника, палеонтология, геология, география, для выставки по истории края – историческое краеведение и т. д.). Кроме того, что экспозиция разрабатывается на основе новейших достижений науки, в ней учитывается разнообразие точек зрения, эволюция взглядов. Многозначность явления может быть показана его введением в разные контексты, причем, не только научные. Принципиальным в широком спектре исторических и социокультурных моделей является, с одной стороны, приоритет научных подходов, с другой – исключение субъективизма, корректность оценок, плюрализм мнений, допустимых в рамках гуманистических идеалов общества.

Одно из важнейших проявлений научной объективности – системная стройность экспозиции, ее логическая структура. Она вырабатывается с опорой на систематику профильных наук или научного изучения темы. Поэтому исторические экспозиции, как правило, опираются на историческую периодизацию – историко-хронологический принцип группировки материалов, экологические – на фенологию (смену времен года) или природно-климатический принцип (принцип выделения природно-климатических зон), в художественном экспонировании классическим подходом стал историко-монографический принцип, согласно которому произведения демонстрируются в следующей системе: период – страна – художественная школа или направление – персоналия художника. При создании выставок в силу меньшего масштаба темы и охвата материала экспозиционеры часто руководствуются тематическим, тематико-хронологическим или проблемно-тематическим принципом разработки структуры и группировки экспозиционных материалов.

Вышесказанное не означает, однако, что «сухая и строгая научность» противостоит эмоциональности и зрелищности. При создании выставок используется широкий арсенал средств коммуникации – как художественных (форма, композиция, цвет, свет, графика и пр.), так и технических (аудиовизуальных, цифровых, мультимедийных). Добавим к этому поиски средств тактильной активности зрителя, интерактивные практики, введение обонятельных стимулов – запахов, которые тоже становятся объектами экспозиционного показа.

Принцип *предметности* актуализирует значение подлинника, первоисточника информации в выставочном показе. Современные исследования часто сравнивают экспозицию с лексическим текстом, в котором в качестве слов – лексических единиц выступают предметы. Они, как уже было сказано, обладают множественными значениями, пересечение их информационных полей порождает новые смыслы. Экспонируемый предметный ряд дифференцируется по степени значимости для раскрытия темы. Наиболее важные с информационной точки зрения предметы, подобно ключевым словам в тексте, становятся *ведущими (фокусными) экспонатами*. Их акцентируют различными средствами экспозиционного дизайна: они становятся пространственными доминантами, их выделяют цветом,

светом. В дальнейшем на комментарий к этим предметам опирается рассказ экскурсовода. Очень важно в этом случае сделать визуально выразительным и привлекательным информационно значимый, но недостаточно аттрактивный (не обладающий выразительными внешними характеристиками) предмет. Этому и служат интерпретирующие, вспомогательные материалы, которые сопутствуют подлинникам, но ни в коем случае не превосходят их по значению. Итак, принцип предметности означает первостепенное значение для показа тех материалов, которые обладают качествами подлинности, значением первоисточника информации, а значит, репрезентативностью, способностью выступать генераторами смыслов.

Немало уже было сказано и о принципе *коммуникативности*. Повторим: выставка создается для зрителя. Созданная «под ключ» и запечатая «на ключ» экспозиция выставкой не является, так же, как не становится выставкой экспозиция, на которую не пришли зрители. Именно зритель/посетитель/аудитория делают выставку динамичным явлением – она воспринимается ими как смена образов, диалог значений, пространство рождения личностных смыслов. Или не воспринимается таковой, так как каждый посетитель – свободный человек и имеет право на сопротивление экспозиции. «Только присутствие посетителя приводит в действие коммуникацию экспозиции. До того экспозиция является лишь потенциальной возможностью»¹, – пишет по этому поводу швейцарский музеолог Мартин Шерер. И делает вывод: «сам посетитель является интегральной частью экспозиции».

Значит, при создании выставки должны быть учтены не только возможности коллекции, уровень научной разработанности темы и интересы ее создателя, но и особенности зрительного восприятия, уровень подготовленности, интересы и потребности целевых групп. Талантливые выставки публичных музеев представляют собой многоуровневую коммуникативную систему: имея статичную структуру, выставка, как матрешка, вбирает в себя разные конфигурации темы и соответствующий им объем материала, релевантные особенностям разных типов посетителей. Такие выставки дают возможность разрабатывать множество маршрутов для разных целевых групп. Например, посетителям-туристам важно получить общее представление о выставке или музее,

¹ Шерер М. Зритель в экспозиции // Вопросы музеологии. 2013. № 1(7). С. 79–84.

особенно, если речь идет о многотемной экспозиции большого масштаба, поэтому им, как правило, предлагается маршрут «по шедеврам» или «уникальным страницам истории». Семьи с детьми приходят на выставку не только для того, чтобы получить новые знания и впечатления, но и пережить их *вместе*, поэтому так важны материалы, которые помогут родителям выступить в роли интерпретаторов, организаторов совместной эвристической деятельности с детьми. Молодежная аудитория на выставке – это удовлетворение потребности в необычной, яркой, динамичной, запоминающейся коммуникации, утверждении ценностных ориентаций, познании моделей жизненного пути, критическом осмыслении истории и современности, сетевой самопрезентации. Поэтому усиление и акцентирование определенных аспектов информации, нелинейная, лишенная дидактизма и однозначных выводов трактовка темы и предметного материала, построение пластического образа темы способны сделать выставку интересной и привлекательной для молодых посетителей.

В реализации принципа коммуникативности сегодня огромное значение имеют мультимедиа-технологии. Музей скорого будущего должен стать такой же комфортной средой получения информации, как уже привычные Интернет, социальные сети или услуги коммерческого сектора. Уже сегодня специалисты проектируют экспозицию, например, Политехнического музея, как пространство, которое может предлагать варианты *индивидуальной* адаптации экспозиции. Модель музея *data driven* («управляемый данными») дает возможность посетителю настраивать под себя глубину и детализацию экспозиционной темы. Технические информационные системы, анализируя музейное поведение посетителя (остановки и задержки перед экспонатами, запросы информации, действия с экспонатом), способны предложить комфортные и релевантные лично для него варианты осмотра музея¹.

Таким образом, экспозиция – это не только музейная/выставочная модель действительности, но и проекция разных способов ее постижения, которые прогнозируются на этапе проектирования выставки. Принцип коммуникативности обязывает учитывать не только социально-демографические особенности, но и специфику музейного поведения, типы мотиваций посетителей, установки и ожидания.

¹ «Ведомый данными», или Шаг вперед [интервью с зам генерального директора по информационным технологиям Политехнического музея М. Яковенко] // Музей. 2016. С. 6–10.

2.4. Методы научного музейно-экспозиционного проектирования

Экспозиция создается, как правило, из предметов, вырванных из среды своего бытования, из контекста, в котором они служили своему изначальному предназначению. Для любого коллекционирования и экспонирования характерен разрыв значений: игрушка не есть предмет реальной игры ребенка, юридический документ уже не является предписанием к исполнению определенных действий или условием выполнения договора, а произведение живописи – не объект творчества или компонент жилой/общественной/религиозной среды, а свидетельство историко-художественного процесса, индивидуальной творческой биографии. Пожалуй, только произведения искусства отчасти сохраняют на выставке свое изначальное предназначение служить источником эстетических чувств, в остальном же и они лишаются привычных связей с интерьером, владельцем, автором. Из этих деконтекстуализированных вещей создается новая реальность, как уже было сказано, – модель историко-культурных процессов. То есть предметы-документы должны быть помещены в новый контекст, который в какой-то степени заменяет или дублирует подлинный, выполняет интерпретирующую функцию, позволяет «высветить» определенные аспекты значений и выстроить новые смысловые связи. Создание этой новой реальности может осуществляться разными способами в зависимости от целей ее построения, от того, что нужно показать. Предметы-носители смысла в соответствии с разными способами познания комбинируются, объединяются в систематизированные группы, композиции. Подобно тому, как из приблизительно одних и тех же слов в литературе можно построить текст научно-популярный и художественный, подготовить статью или создать поэтическое произведение, и предметы в экспозиции могут раскрывать тему в наукообразном или близком художественному ключе. Эти способы семантизации (то есть наделения смыслом) через группировку, сочетание предметов получили название *методов музейно-экспозиционного проектирования*. В учебной литературе по музееведению можно встретить аналог этого термина – методы построения экспозиции. Д. Камерон, который, как мы помним, метафорически классифицировал экспозиционные материалы на «существительные» – предметы-первоисточники и «прила-

гательные» – вспомогательные средства, выделил и «глаголы» – средства связи между предметами, согласования их между собой. К ним-то как раз и относятся методы проектирования.

Методы построения экспозиции непосредственным образом связаны с понятием «технология». Они, как пишет известный музеолог, профессор Т. П. Поляков, подсказывают «направление мышления, основные принципы и подходы к познанию объекта или субъекта»¹. От выбора метода зависит отбор предметов для экспозиции, их объединение в разделы и экспозиционные комплексы, логика показа, «аранжировка» вспомогательными материалами или использование образных средств интерпретации. В самом общем смысле метод проектирования – это воплощение типа мышления и познания через весь комплекс экспозиционных материалов и средств. Таким образом, выбор метода зависит от цели экспозиции и ряда внешних условий (архитектуры, оборудования, коллекции); а от метода, практически, зависит все остальное.

Если с теоретическим определением термина «метод музейно-экспозиционного проектирования» еще далеко не все понятно, то с самими методами мы можем познакомиться, обратившись к истории и современной практике экспозиционного проектирования. Проблема метода возникла одновременно с практикой выставления предметов напоказ. В зависимости от целей – торговых, культовых, престижно-имиджевых, образовательных, интерьерно-средовых, художественно-эстетических – выбирался и метод: предметы по-разному отбирались и демонстрировались уже в период античности и Средние века.

Но нас все же будет интересовать время, когда в роли медиума, средства передачи информации, стал выступать классический музей, а адресатом информации уже был не только узкий круг посвященных – «гуру» от науки, но гораздо менее информированная публика. Для становления этого процесса (и, соответственно, публичной экспозиции) европейскому музею понадобилось целое столетие – на протяжении XIX века постепенно формировалась двухчастная модель организации музейных коллекций. То есть они были разделены на демонстрационные/выставочные и резервные.

¹ Поляков Т. П. Музейная колея... С. 69. Автор статьи анализирует этимологию слова *метод*, которая восходит к греческому *methodos* и состоит из двух частей: *metha* – ‘пере’ и *odos* – ‘дорога, путь’. В итоге складывается ‘путь следования’ или ‘путь исследования’.

Научные и исследовательские потребности стали удовлетворяться резервными (как говорят сейчас – фондовыми) коллекциями, а выставочные коллекции в значительной степени были сориентированы на образовательные цели. Примерно в то же время музеи стали практиковать временные выставки (хотя, например, художественная выставка как институциональная форма сложилась раньше, на рубеже XVII–XVIII в.¹).

Основным методом организации образовательных экспозиций стала *научная систематизация* представленных в них материалов. Систематический подход опирался на классификацию или типологию профильной науки (в особенности, если дело касалось естествознания), хронологию или географию. Такой подход к созданию, в особенности, стационарных экспозиций, и сегодня является основным для профильных видов музеев и выставок, связанных, прежде всего, с естествознанием. Например, Уральский геологический музей (г. Екатеринбург), раскрывая богатства уральских недр, следует принятой в геологии таксономии – делению пород по их происхождению на магматические (вулканические) и осадочные, которые, в свою очередь классифицируются далее по более частным признакам. Для художественного музея научная систематика тоже остается ведущим методом создания экспозиции, он даже получил название «академического ряда»². На систематических выставках по археологии, конечно, не могут быть «смешаны» предметы каменного, бронзового и железного веков, по этнографии – предметы, принадлежащие этносам разных языковых групп, а по декоративно-прикладному искусству – предметы из разных материалов. Все они займут определенное место в соответствии с признанной классификацией профильной науки. Однотипные предметы, объединенные родством существенного признака, можно будет сравнивать между собой, анализировать эволюцию развития (например, технологий и форм, или различных видов живых существ). Внешне такая экспозиция может напоминать ассортиментный кабинет предприятия, в котором демонстрируются образцы выпущенной продукции, например, длинные ряды автомобилей разных марок. Или грамотно организованную торговую витрину, где демонстрируются виды аналогичных товаров. Кстати, и ассортиментный ка-

¹ См. об этом п. 1.2, а также: Калугина Т. П. Указ. соч. С. 73–77.

² Калугина Т. П. Указ. соч. С. 96–100.

бинет, и торговую витрину можно рассматривать как разновидности выставочных практик.

Таким образом, в основе *систематического* метода лежит «аналитическое изучение действительности» – визуализация абстрактно-логических связей между предметами через их искусственное объединение в типы, виды и классы на основе принципов, обоснованных профильной наукой. Понятно, что операции объединения, синтеза предшествует операция анализа – искусственного расчленения реальности и выделения составных элементов какого-либо явления, чем, собственно, и занимаются профильные науки. В результате проектирования экспозиции данным методом рядом могут оказаться предметы, в реальной жизни не имеющие «точек пересечения». Так, представители семейства кошачьих, имеющие широчайший ареал распространения, могут соседствовать в одной витрине естественнонаучного музея (разумеется, в форме таксидермических композиций), демонстрируя общность и различия между разными видами. Напомним, по таким же искусственным принципам создаются *научные коллекции*, состоящие из типологических рядов однородных предметов. Поэтому систематический метод имеет еще одно название – *коллекционный* – и оно представляется более удачным, т.к. указывает на конкретный подход к демонстрации – показ *коллекции*. И еще одно важное теоретическое дополнение. Напомним, структурной единицей экспозиции является экспозиционный комплекс (см. п. 2.1), именно в пределах этой небольшой группы предметов проявляется «чистота» метода проектирования. Каждый метод, таким образом, формирует не только свой тип экспозиции, но и тип ее структурной единицы – экспозиционного комплекса. **Структурной единицей коллекционной (систематической) экспозиции является коллекционный (систематический) комплекс – системный или типологический ряд однородных классифицированных предметов.**

Высокая степень абстрактности и разрыв связей со средой – неизбежное ограничение данного метода. Мы можем любоваться выставленными в витрине искусными изделиями мастеров, например, Императорского фарфорового завода, но сословную среду, в которой они использовались по назначению, мы вынуждены будем домысливать, призвав на помощь знания, опыт и воображение. Вместе с тем уже в конце XIX в. экспо-

зиционная практика сделала первые шаги в создании «пространств погружения» или «экспозиций первичного опыта»¹. В зарубежной музеологии их называют «экологическими» – не по названию профильной науки, а по методу создания, которым является *реконструкция среды*. В отечественном музееведении этот метод получил название *ансамблевого*. Он широко применяется в мемориальных, этнографических и историко-бытовых музеях, так как с его помощью воссоздается среда, связанная с историко-культурным процессом, явлением, событием или героем. Объектом воссоздания может быть и природная среда – ландшафт. Тогда справедливо говорить о *ландшафтном* методе, цель которого также заключается в воссоздании *естественных* взаимосвязей и взаимозависимостей компонентов среды. Т. П. Поляков, сравнивая коллекционный и ансамблевый методы, в шутку заметил: «если в коллекционных экспозициях вы демонстрируете иголки и нитки в разных витринах, исходя из принципов иглологии и нитководения, то в ансамблевых экспозициях – в тесном контакте»².

Ансамблевые экспозиции, как правило, создаются в аутентичном архитектурном пространстве – музеефицированных³ дворцах, усадьбах, домах-квартирах известных людей; цехах заводов или других промышленных объектах. Ансамблевым методом создаются экспозиции исторических поселений, в которых бытовые объекты сочетаются с ландшафтом. Структурной единицей ансамблевой экспозиции является *ансамблевый экспозиционный комплекс*, как правило, это интерьер (в зарубежной музеологии – «*стилевые комнаты*») – бытовой, общественный, производственный. Воссоздается интерьер на основе метода *научного* проектирования, то есть на основе кропотливого изучения документов, фотографий, мемуарных свидетельств. Реконструированная в итоге среда может обладать разной степенью аутентичности и достоверности, но, безусловно, высокой силой эмоционального воздействия. Рассмотрим различные подходы к воссозданию интерьеров в экспозиции.

1. Исторически аутентичный интерьер «воссоздает всю целостность комнаты так, как она на самом деле была изначально обставлена и

¹ Менш П. ван. К методологии музеологии // Вопросы музеологии. 2014. № 1(9). С. 265.

² Поляков Т. П. Музейная колея... С. 40.

³ Музеефикация – процесс преобразования историко-культурных и природных объектов в музейные объекты.

использовалась изначально жильцами, или же так, как она вероятнее всего в свое время была обставлена и обжита¹». То есть аутентичный интерьер полностью или в значительной степени соответствует своему прототипу: он располагается в том же месте, где и был при жизни владельцев (аутентичная архитектура), обстановку интерьера составляют мемориальные вещи, их места расположения точно установлены и соответствуют оригиналу. К числу таких аутентичных интерьеров относятся, например, экспозиции дома семьи Л. Н. Толстого в музее-усадьбе Ясная Поляна или Дом-музей П. И. Чайковского в подмосковном Клину. В обоих случаях музеефикация была инициирована близкими родственниками сразу после ухода их владельцев из жизни. Однако и аутентичный интерьер вряд ли может быть точной копией оригинала хотя бы потому, что проектировщик, исходя из целей экспозиции, должен решить: формирует он условный, собирательный, обобщенный образ интерьера или следует логике «застывшего мгновения», изолированного момента времени?

Такие интерьеры – большая редкость, так как музеефикация, как правило, не проводится по факту смерти владельца или прекращения общественно значимых функций интерьера. До момента музеефикации домом, усадьбой, квартирой продолжают пользоваться как жилой средой, в них проводятся архитектурные реконструкции, обновляется обстановка, утрачиваются мемориальные вещи... В исторических зданиях также происходят изменения. История советских национализаций – пример того, как разрушалась целостность дворцовых ансамблей, усадебных комплексов, монастырей и храмов, а дело разрушения продолжали водворившиеся в них государственные учреждения, предприятия, склады, тюрьмы, лесопилки.

2. *Реконструированный интерьер* – интерьер, который соответствует прототипу частично. Так, мемориальная обстановка может быть перенесена в музей, при этом сохранены архитектурные размеры, форма, план мебелировки, стиль и вкусы владельца. Например, в Музее С. М. Кирова (Санкт-Петербург) можно увидеть кабинет первого секретаря Ленинградского обкома, перенесенный из Смольного в мемориальную квартиру Кирова – дом «четырех Бенуа» на Крестовском острове, в Государственном музее современной истории России (Москва) – кабинет наркома тяжелой

¹ Менш П. ван. Указ. соч. С. 266.

промышленности Г. К. Орджоникидзе. Из Москвы в Центр Ельцина (Екатеринбург) перевезен кабинет первого президента России, а в Музей С. Герасимова поселка Кундравы (Чебаркульский район Челябинской области) – кабинет режиссера.

Другой вариант реконструированного интерьера – его воссоздание в аутентичной архитектуре, т. е. в мемориальном пространстве, где сохранились декоративные особенности пола, потолка, стен, фиксированные элементы типа камина, печи, лестницы, вид из окна, надворные постройки. Но дефицит или отсутствие мемориальных предметов жилой обстановки вынуждает прибегнуть к использованию предметов интерьера и бытовых вещей, которые соответствуют прототипу лишь хронологически, географически, сословно, этнически. То есть сама комната, пространство является аутентичным, а обстановка – реконструированной. Мемориальное пространство и является в данном случае главным экспонатом, и очень важно, чтобы оно не вступило в противоречие с реконструированной обстановкой. Опыт его преодоления с помощью художественных методов проектирования будет рассмотрен чуть позже. Но возможен и другой путь, связанный с бережным сохранением исходной архитектуры, сохранением следов фактуры, планировки, объемов. И отношением к мемориальному предмету не как к свидетелю или источнику, а как к уникальному, самоценному документу и арт объекту¹.

Наконец, третий случай реконструированного интерьера – создание условно-обобщенного образа среды из предметов нескольких мемориальных комплексов конкретных людей, принадлежавших к одной профессиональной среде или социальной группе (например, «кабинет ученого»). Как правило, такие комплексы дополняются изобразительным фоторядом, документальными персональными комплексами и позволяют воссоздать типичную обстановку конкретного исторического времени.

3. Типологический интерьер не имеет конкретного прототипа, мемориальная ценность предметов для него не принципиальна. Этот наиболее распространенный вид ансамблевого экспозиционного комплекса в этнографических, историко-бытовых, комплексных (историко-краеведческих)

¹ См., например, опыт Музея Михаила Булгакова (г. Москва): Новохатько К. Булгаков – 2016 // Музей. 2017. № 1. С. 16–22.

музеях создается из репрезентативных *типовых* образцов мебели и бытовой среды, имеющих самый разный провенанс (историю происхождения и бытования). «Купеческие гостиные», «крестьянские горницы» и «избы», жилища различных народов (юрты, яранги), которые входят в экспозиции музеев, чаще всего представляют собой именно типологические интерьеры. Отбор и расположение предметов в них осуществляется на усмотрение проектировщика. Разумеется, в приоритете находятся планировки, разработанные на основе изучения фактов, а вкусы и предпочтения дизайнера вторичны по отношению к исследованию.

Многие авторы ансамблевых экспозиций стремятся к тому, чтобы в реконструированных и типологических интерьерах появился эффект человеческого присутствия. Холодная строгость интерьера-документа преодолевается разными способами. Самый распространенный – усиленная детализация интерьера, расположение предметов таким образом, чтобы создавалось ощущение, будто комната недавно была покинута ее обитателями. Один из первых опытов создания интерьерных реконструкций с акцентом на динамику повседневной жизни принадлежит Государственному историческому музею (г. Москва). Так, в «советском» разделе выставки «Арбату – 500 лет» (1993) была представлена реконструкция жилой комнаты в арбатской коммунальной квартире 1940–1950-х годов. «Впервые в экспозиции интерьер не был статичным, он "жил", создавая иллюзию присутствия хозяев, которые только что вышли из комнаты: небрежно брошенная одежда на спинках стульев и дверце шкафа, лежащие в рабочем беспорядке школьные тетради и книги на письменном столе; бытовые предметы того времени; книги в шкафу с неизбежными в то время в каждом доме “Кратким курсом ВКП(б)” и “Основами ленинизма”, а рядом – вышитые салфетки и дорожки, слоники и коврики с оленями, что было естественно, когда в одной комнате жили несколько поколений»¹ (см. также в приложении 1 описание музея Дом Дениса Сиверса в Лондоне).

Еще одним способом преодоления статики может быть введение в интерьер манекенов. Манекен – макет человека – может быть условным, тогда основное внимание зрителя будет направлено на его костюм; или

¹ Научные реконструкции в современной экспозиционной и образовательной деятельности музеев. М., 2006. С. 80–81.

скульптурно-конкретным, тогда предметная среда будет восприниматься лишь в качестве фона, а сам манекен займет место главного персонажа.

4. «Обстановочные сцены с использованием манекенов» или «фигурные интерьеры» (так еще в начале XX в. называли научно-популярные иллюстрации, выполненные из предметов-подлинников), аналогичны мизансценам театрального спектакля. Целесообразность их использования должна иметь весомую аргументацию, довольно опасно поступаться музейной спецификой в угоду зрелищности. Приведем пример введения в экспозицию восковой фигуры – макетного воспроизведения человека, доведенного до крайних форм жизнеподобия, – которое снизило информационную емкость экспозиции, дезориентировало восприятие посетителя. В Музее-заповеднике Ливадия¹ в экспозицию мемориального кабинета последнего российского императора был введен образ Николая II. Пугающе конкретная восковая фигура заняла место за письменным столом и стала центром композиции. Из соображений сохранности воскового покрытия большое панорамное окно с видом на море, которое распахивалось «навстречу планам и надеждам», и уподобляло кабинет носу корабля, было закрыто плотными портьерами. Приобретя конкретное воплощение героя, экспозиционный ансамбль превратился в банальную инсценировку и потерял значительную часть своей семантики. Персонифицированные восковые фигуры – достаточно агрессивные средства музейного экспонирования, применять их следует с определенной долей осторожности.

Таким образом, ансамблевый метод научно-экспозиционного проектирования направлен на визуальное воссоздание естественных взаимосвязей и взаимозависимостей предметов и объектов путем научной реконструкции среды. Структурная единица ансамблевой экспозиции – ансамблевый комплекс, чаще всего, представляет собой интерьер. Тип музеологического интерьера определяется степенью соответствия прототипу. На основе этого критерия в экспозиции может быть создан исторический аутентичный интерьер, реконструированный интерьер, типологический интерьер. Введение манекенов в интерьеры способствует созданию «обстановочных сцен» и переключению внимания зрителя с образа предметной среды, с предметов-

¹ Республика Крым. Ливадия – летняя резиденция императорской династии Романовых.

подлинников на созданный изобразительными (а не музейными) средствами образ героя.

Итак, систематическим методом демонстрируются научные коллекции предметов, ансамблевым – реконструированная среда. И тот, и другой направлены на создание *понимающих* моделей познания, делегируют посетителю функцию синтеза впечатления, дешифровки общего замысла, идеи, генерации абстрактного концепта экспозиции. Однако бурное развитие в XX в. образовательной функции музея стало причиной развития нового типа экспозиции, заключающей в себе *объяснительную, дидактическую* модель познания. Новая стратегия проектирования делала акцент не на предметы как главные источники информации и носители смысла, а на авторскую идею, тему, концепт экспозиции. Предметы в данном подходе выступали как иллюстрации, подтверждение тезисов, доказательная база в системе развертывания *темы*. Поэтому новый метод получил название **тематического**, а также несколько синонимичных имен – иллюстративно-тематический, тематико-иллюстративный, иллюстративный.

Организующее значение темы повышает роль вторичных материалов – вербальных текстов, которые управляют восприятием, адаптируют научные идеи, отсылают за «подтверждением» к конкретным экспонатам, объясняют их присутствие и необходимость. Дефицит артефактов в тематических экспозициях компенсируется изобразительными иллюстрациями, воспроизведениями. Структуру тематической экспозиции образует стройная линейная последовательность взаимосвязанных и соподчиненных разделов, уподобляющая экспозицию структуре книги. Подобно тому, как в книге выделяются главы и параграфы, в структуре экспозиции выделяются разделы и подразделы, имеются повествовательные тексты (в современных экспозициях они могут быть заменены мультимедийными научно-популярными программами или аудиогuidaми), а главное – предметные иллюстрации. Предельным вариантом тематической экспозиции является «выставка-учебник», построенная на вторичных и, как правило, двухмерных, плоскостных материалах – копиях фотографий, портретов, иллюстрациях, подробных объяснительных текстах. Как и в учебнике, фабулу историко-культурного процесса в экспозиции чаще всего определяет историко-хронологический или проблемно-тематический подход.

Структурной единицей тематической экспозиции является *тематико-экспозиционный комплекс* – группа предметов, подтверждающих мысль, выраженную в вербальном комментарии. Семантические связи между предметами обусловлены концептом темы, как правило, они представляют разные виды источников (вещественные, письменные, изобразительные) и при необходимости дополняются вспомогательными материалами.

Это определение тематического комплекса легко проиллюстрировать сопоставлением условных примеров проектирования одной темы разными методами. Предположим, экспозиция, посвященная писателю и его литературному творчеству, может включать в себя *коллекционный* показ изданий его книг, вышедших в разные периоды, на разных языках и в оформлении разных художников. Такая экспозиция требует минималистичного комментария, свернутого до размеров этикетки или оглачительного текста, так как предметы красноречиво говорят сами за себя. *Ансамблевым* методом может быть реконструирован кабинет писателя, и он тоже не нуждается в вербализации и объяснительных процедурах. *Тематический* метод будет полезен в раскрытии эпизодов, например, детства, отрочества, юности, документирование которых предметами-подлинниками, как правило, составляет большую проблему. Хорошо, если сохранились мемориальные предметы этого периода – игрушки, детские книги, свидетельства периода ученичества, хобби и увлечений, – они будут выступать в качестве «ключевых слов» в структуре тематико-экспозиционного комплекса. Но, скорее всего, это будут типологические вещи, аналогичные упомянутым в мемуарах (если таковые имеются), фото или вещественные/природные символы местности, в которой прошли юные годы героя, метрика, документы об окончании школы (или их копии), фото родных... Теперь представим себе композиционно грамотную раскладку разнородных вещей – игрушки, книги, документы, фото непонятной местности и, например, морские раковины. Без полноценного, развернутого комментария «картинка» не сложится, такой комплекс обязательно должен сопровождаться биографическим текстом.

Этот незатейливый пример, столь типичный для экспозиций и выставок литературного профиля, убеждает, что метод экспозиционного проектирования не может быть «хорошим» или «плохим». Его выбор всякий раз определяется целью создания экспозиции, характером экспозиционных

материалов и возможностями их структурной организации, стилем (общей атмосферой) и практической техникой передачи информации (архитектурой, оборудованием, дизайном).

Подведем промежуточные итоги. **Тематический метод экспозиционного проектирования** направлен на визуализацию *идей*, связанных с социальными и научными темами, посредством линейного фабульного построения. Структурной единицей тематической экспозиции является тематико-экспозиционный комплекс – группа предметов, подтверждающих мысль, выраженную в вербальной комментарии, представленная разными видами источников и при необходимости дополненная вспомогательными материалами.

Все проанализированные в данном параграфе методы, а это, напомним, коллекционный, ансамблевый, ландшафтный и тематический, – относятся к категории *научных* методов музейно-экспозиционного проектирования. Они, как уже было сказано, предлагают модели рационально-логического познания, свойственного именно научному мышлению. Справедливости ради надо заметить, что экспозиции репрезентируют не исследовательские процессы, а их результаты, поэтому методы проектирования правильнее было бы назвать *научно-популярными*, направленными на презентацию и популяризацию научных данных с помощью визуального представления коллекций.

2.5 Методы художественного музейно-экспозиционного проектирования

Иной тип познания дает искусство. О многозначности и информационной емкости художественного образа хоть и немного, но уже было сказано ранее. Добавим к сказанному обращение к эмоциям, воображению, фантазии, творчеству зрителя. Познание с помощью «мышления в образах» (Г. Гегель) предлагают экспозиции, спроектированные *художественными* методами – *музейно-образным и сюжетно-образным*. Как любое явление художественно-эстетической природы, эти методы с трудом поддаются рациональному описанию, поэтому мы отсылаем читателя к трудам уважаемого Т. П. Полякова, исследователя природы художественных ме-

тодов и автора уникальных музейных экспозиций¹. Здесь же, опираясь на данные работы, остановимся лишь на самых общих характеристиках названных методов.

Исходный тезис Т. П. Полякова разрушает иллюзию «примирения» «научного содержания» и «художественной формы» в экспозиции, в чем, по крайней мере, с 80-х годов прошлого века пытаются убедить учебники музееведения. Экспозиция, которая создается по законам искусства, закономерно сама становится произведением искусства, и при этом неременной задачей художника является сохранение музейной специфики. Музейный художник Е. А. Розенблюм в 1960–1980-е гг. стал основоположником (а вернее, развил, «прорастил» зерна образных решений, предложенных еще в 1920-е гг.) *музейно-образного* метода. Целью данного метода проектирования является создание экспозиционно-художественного образа героя или эпохи, выражение внутренних особенностей личности, духовного мира, передача «воздуха эпохи», «ауры события», «душевного состояния». Как всякое авторское произведение музейно-образная экспозиция является художественным воплощением субъективного авторского видения исторического процесса, события, явления, жизни человека, хотя «выращивается» оно, естественно, из системы научных данных и предметов-фактов, систематизированных в научной концепции.

Структурной единицей музейно-образной экспозиции является *музейный натюрморт*. Этот музеологический термин-метафора обязан своим происхождением известному жанру изобразительного искусства. Натюрморт – не просто «изображение неодушевленных предметов», как написано в словарях, а скрытое обобщение – аллегория, метафора. Кроме точной фиксации предметного мира и изображения вещей как таковых, натюрморт служит выражению *символического* содержания. Целостный образ композиции, в основе которой специальная постановка вещей (художественный мотив), становится источником ассоциаций, социальных аналогий. Диапазон смысловых оттенков в искусстве этого жанра простирается от «гимна плодородию и изобилию» до «суеты сует» и пафоса революционной эпохи. Натюрморт лишен повествовательности, сюжета, он требует проникновения в суть вещей и отношений между ними самими и средой.

¹ См список рекомендуемой литературы в конце раздела.

Сегодня музейно-образный метод занял прочное положение в инструментарии экспозиционеров. Он стал спасительным выходом для музеев, страдающих от дефицита экспозиционных площадей и количества музейных предметов, и был воспринят авторитетными музеями-гигантами со сложившимися традициями академического проектирования. Обратимся к опыту Государственного исторического музея (Москва), который в практике создания в 2000-е гг. новой экспозиции «Российская империя в XVIII в.» использовал музейные натюрморты в качестве метафорических «заглавий» залов, их образно-эмоциональной доминанты, содержащей к тому же немалый ресурс интерактивности: в ряде случаев натюрморты представляют собой своеобразный «ребус», побуждают посетителя к разгадке предложенного образа. В качестве примера приведем с небольшими купюрами и комментариями фрагмент статьи Е. Г. Гороховой из сборника Трудов ГИМ «Научные реконструкции в современной экспозиционной и образовательной деятельности музеев»¹.

«Центр зала “Россия при преемниках Петра I. 1725–1762 гг.” представляет собой композицию из трех витрин и подиума. В заглавной витрине «зашифровано» закрепившееся в исторической литературе придуманное В. О. Ключевским определение этого периода как “эпохи дворцовых переворотов”».

Сделаем паузу и отметим, что в цитате Ключевского экспозиционеры были найдены тот самый «ключ» – идея, определяющая критерии минималистичного отбора предметов-знаков. Далее в статье обозначен следующий шаг – определены направления поиска образных средств.

«Важно было создать образ военной силы – гвардии, главной силы дворцовых переворотов, от поддержки которой зависели судьбы верховной власти. Так же нужно было обозначить тему Дворца как символа верхушечного характера переворотов».

Автор статьи перечисляет предметы коллекций – избранные знаковые вещи, которые были отобраны для преобразования их в символы Военной силы и Дворца:

¹ Горохова Е. Г. Проблемы реконструкции исторических реалий в новой экспозиции ГИМ «Российская империя в XVIII в.» // Научные реконструкции в современной экспозиционной и образовательной деятельности музеев. М., 2006. С. 94–95.

«...несколько знаковых вещей дворцового обихода (позолоченные консольные часы в стиле рококо, золочёное кресло, хрустальные канделябры, изящный столик-“геридон”, ваза декоративная) и таких же знаковых предметов, обозначающих гвардию (мундир офицера гвардии, шапки и папаши с надписями на клинках “Виват Анна Великая”, “Виват Елизавета Великая”, “Русского кайзера шлезвиг-голиштинская кавалерия”»).

Далее следует монтаж, сборка предметов в пространстве в единый экспозиционный ансамбль – пластический образ. Об этом этапе автор лаконично сообщает:

«...была создана своеобразная инсталляция».

Напомним, инсталляция (от англ. *installation* – ‘установка, размещение, монтаж’) – форма современного искусства, представляющая собой пространственную композицию, созданную из различных элементов и являющую собой художественное целое.

Это еще один термин, имеющий отношение к теме, но вряд ли более точный, чем «музейный натюрморт». Компоненты инсталляции чаще всего не самостоятельны, они обретают смысл лишь как часть единого целого. Предмет в натюрморте, с одной стороны, сохраняет самостоятельную ценность, с другой – является частью новой символической реальности, образа-обобщения. Неслучайно, как замечали мастера классического жанра, реальный прототип натюрморта – толковая постановка натуры – это уже «почти» картина. И неслучайно постановка натюрморта у многих художников занимала не меньше времени, чем его живописное или графическое воплощение.

Вернемся к «Эпохе дворцовых переворотов». Автор опускает комментарии относительно создания самой инсталляции-натюрморта, его пространственного воплощения. Вероятно, потому, что оно было доверено художнику-профессионалу, который для решения этой задачи выполнил проект нестандартного оборудования – трех витрин кругового обзора и подиума, продумал пространственное размещение предметов – композиционный центр, ближний, дальний, средний планы, использование драпировок, света и цвета... Цитированный фрагмент статьи дает представление о том, где заканчивается поле деятельности экспозиционера, и начинается пространство творчества художника. Художник разрабатывает коммуни-

кативную структуру натюрморта, которая уподобляет его лаконичности и выразительности плаката.

Таким образом, **музейный натюрморт – объемно-пространственный образ, для создания которого используются подлинные исторические предметы, передающие помимо основной нагрузки символический смысл. Предмет в музейном натюрморте выступает в качестве знака эпохи, превращается в философско-поэтический символ.** В классических вариантах музейных натюрмортов нередко используются документальные фотоувеличения. Выполняя функцию фонового задника, они имеют важное значение объединяющего элемента. Современные художники с успехом экспериментируют с возможностями электронных технологий, введением специально созданных артобъектов, метафорических конструкций, которые функционально могут выполнять роль оборудования. Они также широко применяются в музейно-образных экспозициях.

Музейно-образные экспозиции в классических вариантах представляют собой тематико-хронологическую последовательность образов-натюрмортов. В отличие от *опыта исторической реконструкции* в экспозициях, построенных научными методами, музейно-образная экспозиция предлагает, как отмечает Т. П. Поляков, *опыт метафорической интерпретации истории.*

Ограничения музейно-образного метода этот же автор обнаруживает в «отсутствии драматургии, рассказанной истории, напряженного сюжета». Попытки преодолеть эти ограничения были предприняты еще Розенблюмом, который в созданных им экспозициях противопоставил привычной научной хронологии расположение музейных натюрмортов в драматургической последовательности экспозиционного сюжета. Этими поисками было ознаменовано становление в 1980-е гг. **образно-сюжетного метода.**

Т. П. Поляков стал «отцом-основателем» этого метода, исследователем, многократно апробировавшим его в ряде оригинальных экспозиций, ставших ярким явлением современной культуры. Лучший способ познакомиться со спецификой образно-сюжетного (или художественно-мифологического метода, как называет его автор) – прочитать книги, статьи и сценарии Полякова, увидеть своими глазами экспозиции, созданные им и творческими коллективами с его участием.

Цель образно-сюжетного метода, – пишет Поляков, – «создать художественно-мифологическую модель историко-культурного процесса или явления, основанную на сюжетной коллизии, учитывающую мемориальную ауру экспозиционного пространства и сохраняющую музейную специфику. <...> В отличие от продуктов музейно-образного метода, в данном случае рождается синтетическое произведение искусства, выходящее за рамки трех измерений, за рамки изобразительных искусств и активно вбирающее в свою ткань элементы литературы, драматургии и театра. В основе языка нового вида искусства лежат музейные предметы, превращенные в художественные символы, но не утратившие свои качества исторических источников. “Голос” и “пластика” этих специфических “актеров” обеспечиваются с помощью оригинальных архитектурно-художественных средств построения образа и сюжета, составляющих арсенал соответствующих проектных технологий»¹.

Первым опытом создания экспозиции нового типа в 1980-е гг. стали выставочные эксперименты Музея В. В. Маяковского в Москве, а затем и создание стационарной экспозиции этого же музея (1989–2013)². Авторы, поясняя замысел ее решения, писали следующее: *«Это образно-символическая модель творческого мира и времени Маяковского. Поэт, встречая вас при входе заглавным буквенным знаком “Я”, олицетворяющим его самого и тождественным названию его первого авторского сборника стихов, сразу поведет с каждым из вас «разговор о времени и о себе» от первого лица, на языке, для него привычном: языке образов, символов, метафор, аллегорий и гипербол»*³.

А зрители, выкладывая и комментируя фото на страницах в Интернете, делились впечатлениями:

«Пространство внутри здания уникально тем, что в доме полностью отсутствуют какие-либо перекрытия между этажами. Есть только центральная лестница, которая ведет на четвертый этаж в ком-

¹ Поляков Т. П. Музейная колея... С.44.

² Уникальная экспозиция Музея Маяковского на Лубянке сегодня демонтирована, в здании идет капитальный ремонт. Но жизнь музея продолжается в выставках и проектах, о чем свидетельствуют его сайт и страница ВКонтакте. После окончания ремонта экспозиция готовится занять свое место.

³ Государственный музей В. В. Маяковского: офиц. сайт. URL: <http://музеймаяковского.рф/museum/history/>.

натку, где жил великий поэт. Экспонаты музея Маяковского очень напоминают собой декорации из театра. Нет музейных витрин с аккуратно разложенными экспонатами, все вокруг совершенно не соответствует общепринятым правилам оформления музея. Сначала можно подумать, будто здесь царит сумбур и господствует визуальная какофония. Но приглядевшись лучше, начинаешь понимать, это просто символизм, описывающий своими средствами сложный творческий мир Маяковского. Его бунтарство, удачливые эксперименты, пытающиеся нащупать путь к новым правилам стихосложения, которые будут востребованы в будущем – все это постарались выразить оформители музейной экспозиции своим неповторимым дизайном помещения. Везде стоят причудливые по своей форме конструкции с разложенными на них документами, рисунками, фотографиями и афишами»¹.

Музейная специфика образно-сюжетного проектирования экспозиции Музея Маяковского воплощалась в драматургическом развертывании сюжета через изменение геометрии пространства, построение системы музейных натюрмортов и художественных инсталляций на основе подлинных предметов, использовании бутафории, изобразительных и вспомогательных материалов, звуко-свето-цветовой партитуры. Такого рода экспозиции и сейчас развертываются в музейных пространствах как «перевод» истории на язык сценографических образов и метафор.

Такой подход расшатывает классическую парадигму музейной экспозиции с ее установкой на достоверность, документализм, историко-хронологическую строгость. Оригинальная сюжетная коллизия экспозиции развивается через общеизвестную композиционную структуру художественного произведения: завязка – развитие действия – конфликт – кульминация – развязка – эпилог. В образно-сюжетных экспозициях предмет-подлинник утрачивает самодовлеющую ценность уникала, «документа» или «свидетеля». Поэтому при утрате музейной специфики образно-сюжетная экспозиция легко «соскальзывает» в коммерческое шоу, дидактическую игру. Художественно-творческая природа образно-сюжетного проектирования делает его предпочтительным, прежде всего, для литературно-мемориальных экспозиций и выставок, для реализации тем и проблем творческого процесса.

¹ Музей Маяковского. URL. <http://mos-holidays.ru/muzej-mayakovskogo/>.

Резюмируя сказанное, еще раз повторим: образно-сюжетным методом создается художественно-мифологическая модель историко-культурного процесса или явления, основанная на сюжетной коллизии, учитывающая мемориальную ауру экспозиционного пространства и сохраняющая музейную специфику. Структурной единицей образно-сюжетной экспозиции является экспозиционно-художественный образ – инсталляция, законченное и целостное произведение, имеющее сложную пространственно-временную, архитектурную, и сюжетную организацию, в основе языка которого лежат музейные предметы, превращенные в символы.

Образно-сюжетных экспозиций и выставок не может быть много. Как произведение – это всегда явление штучное, эксклюзивное. Как производство – всегда очень затратный, ресурсоемкий проект.

Резюме ко второму разделу

Выставка создается для того, чтобы передать информацию визуальным способом с помощью демонстрации зрителю предметов. Выставочное «послание» ориентировано на *визуальное* восприятие; голосовыми комментариями, объяснениями экскурсовода оно лишь дополняется. Поэтому визуально воспринимаемый текст выставки должен быть зрителю понятен, декодирование смыслов выставки не должно быть трудным процессом. Опираясь на принцип научной объективности при решении темы будущей выставки, экспозиционер не просто разрабатывает тему, а создает модель-реконструкцию исторического периода или явления, или события, процесса, биографии и пр., которая воплощается затем в определенном пространстве с помощью специально отобранных предметов. Предметы-источники информации объединяются между собой в ансамбли с помощью различных методов научного и художественного музейно-экспозиционного проектирования – систематического, ансамблевого, ландшафтного, тематического, музейно-образного. Во вновь созданной таким образом предметно-пространственной среде предметы-подлинники – «свидетели» событий – трансформируются в нелингвистические знаки, а сама экспозиция – в текст. Коммуникативность этого текста, его открытость для раскодирования достигается с помощью различных средств, среди которых важнейшими является использование вспомогательных материалов и средств

коммуникационного дизайна – оборудования, света, цвета, композиции и пр. Выставка создается в расчете на восприятие определенными категориями посетителей, поэтому при проектировании обязательно учитываются потребности и особенности целевых групп.

Вопросы к разделу:

1. «Экспозиция – это "разговор вещами"». Раскройте значение этой метафоры.
2. Зритель – «интегральный элемент экспозиции». Почему?
3. В чем заключается специфика экспозиции как информационной системы (например, в сравнении с печатными изданиями, театром, СМИ)?
4. В чем заключается сущность музейно-выставочной информации?
5. Что представляет собой экспозиция как канал передачи информации?
6. Дайте определение понятия «экспозиционные материалы». Раскройте их классификацию.

Задания для базового уровня изучения дисциплины (по выбору студентов):

1. Посетите одну из стационарных экспозиций музеев города, в котором вы живете. Составьте словарь определений различных видов воспроизведений и проанализируйте использование различных видов в экспозиции. Результаты отразите в таблице.

Таблица 2

**Воспроизведения музейных предметов и внемузейных объектов
в экспозиции... (указать название экспозиции и музея)**

№	Вид воспроизведения	Определение термина	Примеры воспроизведений	Причина замены подлинника
1	Копия			
2	Репродукция			
3	Муляж			
4	Макет			
5	Модель			
6	Реконструкция			

2. Соберите на основе интернет-источников информацию о выставке ВМДПНИ Музея декоративно-прикладного и народного искусства (г. Москва) «Щелкунчик: музей чудесной реальности». Проанализируйте методы построения и тип этой экспозиции.

3. Прочитайте тексты публицистических произведений, помещенных в приложение 1. Проанализируйте методы построения описанных в них экспозиций. Ответьте на вопрос: можно ли назвать музеем Дом Дениса Сиверса (г. Лондон, Великобритания)?

4. «Экспозиция – это “разговор вещами”». Выполните предметный этюд на данную тему. Подумайте, о чем бы Вы хотели рассказать однокурсникам (интересная

поездка, событие в моей жизни, история моей семьи и пр.)? Подберите предметы-знаки, которые Вы сможете использовать в экспозиции. Решите, чем вы можете заменить отсутствующие, но необходимые предметы. Продумайте их расположение в пространстве, сформируйте экспозиционный комплекс. Выполните эскиз или фотофиксацию. Подготовьте презентацию своей мини-выставки.

Задания для продвинутого уровня изучения дисциплины (по выбору студентов):

5. Посетите одну из стационарных экспозиций музеев города, в котором вы живете. Найдите доказательства соблюдения принципов научной объективности, предметности, коммуникативности. Выполните анализ в форме письменного эссе-рассуждения.

6. Посетите одну из стационарных экспозиций музеев города, в котором вы живете, или выставку. Проанализируйте методы музейно-экспозиционного построения. Выполните фотофиксацию экспозиционных комплексов разных видов. Дайте обоснование применения того или иного метода.

Рекомендуемая литература:

1. Андреева, И. В. Экспозиционные материалы как понятие музееведения: определение, классификация, характеристика основной группы / И. В. Андреева // Вестник Челяб. гос. акад. культуры и искусств. – 2011. – №1 (25). – С. 20–25.

2. Андреева, И. В. Вспомогательные материалы в системе музейной экспозиции: проблема классификации и понятийной идентификации / И. В. Андреева // Вестник Челяб. гос. акад. культуры и искусств. – 2011. – № 4. – С. 22–28.

3. Долак, Я. Музейная экспозиция – музейная коммуникация [Электронный ресурс] / Я. Долак // Вопросы музеологии. – 2010. – № 1. – Режим доступа: http://history.spbu.ru/Voprosy_museologii/1199.

4. Павлова, Н. Новые смыслы музейной коммуникации: от бытия знания к событию постижения [Электронный ресурс] / Н. Павлова // Музейная коммуникация: модели, технологии, практика / Рос. ин-т культурологии. – Москва., 2009. – Режим доступа: <http://www.museum.ru/future/lmp/books/archive/Mus&Comm.pdf>.

5. Поляков, Т. П. Как делать музей? (о методах проектирования музейной экспозиции) : учеб. пособие [Электронный ресурс] / Т. П. Поляков. – Москва, 1997. – Режим доступа: <http://www.future.museum.ru/lmp/books/archive/polyakov.pdf>.

6. Поляков, Т. П. Музейная колея или О методах и технологиях проектирования музейных экспозиций / Т. П. Поляков // Музей. – 2010. – № 4. – С. 66–71; № 5. – С.40–46.

7. Словарь актуальных музейных терминов // Музей – 2009. – № 5. – С. 47–68.

8. Шерер, М. Зритель в экспозиции / М. Шерер // Вопросы музеологии. – 2013. – № 1 (7). – С. 79–84.

3. ТЕХНОЛОГИИ МУЗЕЙНО-ВЫСТАВОЧНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

3.1. Технология и менеджмент выставочного проекта

Относительно новый и широко используемый термин *технология* (от др.-греч. τέχνη – ‘искусство, мастерство, умение’; λόγος – ‘слово, мысль, смысл, понятие’) является настолько многогранным, что его постоянно развивающийся смысл ускользает, растворяется в перечне составляющих – «методов и инструментов», «средств и деятельности», «процессов и идей». В самом общем смысле, как указывает «свободная энциклопедия» Wikipedia со ссылкой на философские словари, под технологией понимается «применение научного знания для решения практических задач»¹. Напомним, мы рассматривали выставку и главную ее составляющую – экспозицию – как информационно-коммуникационную систему, а сущность музейной/выставочной информации определили как визуально-смысловую модель культурно-исторических процессов (явлений, событий). В качестве гносеологических (познавательных) оснований этой модели ранее были рассмотрены научные и художественные методы проектирования, каждый из которых, по сути, определяет целую систему технологий – специфических приемов, процессов, средств, операций... Поэтому утверждение Т. П. Полякова о том, что *«понятие “метод музейно-экспозиционного проектирования” является первичным по отношению к понятию “музейная технология”»* (курсив авт.) представляется абсолютно справедливым.

Экспозиция «вырастает» из взаимодействия идеи (темы) и экспозиционных материалов. Что первично в этом процессе – замысел или коллекция (будущие экспонаты) – вопрос, родственный логическому парадоксу о яйце и курице, известному с времен античной философии. В одних случаях выставка рождается непосредственно из процессов комплектования музейных фондов (коллекций), например, выставка новых поступлений. В других – комплектование, напротив, инициируется темой выставки, осуществляется целенаправленно, и тем самым способствует пополнению фондов, заполнению предметных лакун. Разнообразные технологии созда-

¹ Технология // Википедия. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Технология>.

ния выставки, таким образом, не являются жесткой последовательностью этапов (хотя этапы эти, безусловно, имеют место), а часто осуществляются параллельно, пересекаются между собой, поскольку выставка – это итог совместной деятельности специалистов, представляющих самые разные профессии. В идеальном варианте выставки создаются специализированными подразделениями музеев или временными творческими коллективами – проектными группами, в состав которых входят экспозиционеры, ученые, художники, дизайнеры, сценаристы, инженеры. Активное внедрение в экспозиционные практики цифровых технологий требует участия в проектировании уже на начальных этапах специалистов по IT-технологиям, в том числе видеооператоров, специалистов по видеомонтажу и 3D-моделированию, акустиков. Создание творческой группы целесообразно даже в том случае, когда в структуре музея есть выставочный отдел, так как каждая выставка требует привлечения к сотрудничеству научных консультантов (внешних кураторов), специалистов отделов учета и хранения фондов, специалистов в области мультимедийного оборудования и технического обеспечения. Напомним в связи с этим, что понятие «технология» активно фигурирует в системе менеджмента как характеристика сложных организаций. Оно связано с системой разделения труда, управления процессами производства, контролем качества. Опытный куратор выставочных проектов государственного музея-заповедника «Царицыно» О. Соснина пишет по этому поводу:

«В российских музеях традиционно действует следующая схема работы над проектами: концепция выставок, как правило, поступает «снизу» от исследователей/хранителей из отделов, специализирующихся на определенном периоде или материале. Специалисты в определенной области, глубоко знающие свой материал, предлагают и тему, и ее содержательное наполнение. Другой путь, учитывающий европейскую и американскую практику, – приглашение научного куратора для разработки больших концептуальных проектов, часто ориентированных «на экспорт». Но здесь возникают проблемы другого характера – приглашенный куратор не может глубоко знать материалы российских коллекций <...>. Еще один способ работы – наличие профессионалов-кураторов в выставочном отделе, которые не только решают организационные вопросы по

реализации уже готовых выставок, но и иницируют новые проектные идеи, координируют содержательную сторону выставок и каталогов. Наличие исследователей, имеющих разную гуманитарную специализацию – историков, этнографов, искусствоведов, археологов, антропологов и архивистов – позволяет создать для работы над тем или иным междисциплинарным проектом профессиональную рабочую группу. В нее, помимо куратора, разрабатывающего концепцию и руководящего содержательной стороной проекта, входят специалисты, не только обладающие глубокими знаниями исторического контекста, материальных и архивных источников, но и способные видеть проектную задачу с разных исследовательских точек зрения. За репрезентацией куратором идеи проекта и обсуждением ее в научно-музейных кругах следует включение данного проекта в перспективный план выставочной работы. Как показывает практика, время, необходимое для полноценной реализации большого проекта, должно быть не меньше 20–24 месяцев. Из этого срока на разработку научной концепции уходит от 8 до 10 месяцев напряженной работы»¹.

Аспекты выставочного менеджмента не входят в круг проблем данного пособия, но сферы компетенции (области ответственности) специалистов разного профиля, чьими усилиями реализуются выставочные проекты, рассмотреть все же необходимо. Даже в том случае, когда коллектив авторов выставки ограничивается 2–3 человеками (а для небольших музеев эта ситуация типична) все или большая часть функциональных обязанностей распределяются между ними.

Куратор выставки (или группа кураторов-экспозиционеров). Этимология слова «куратор» восходит к латинскому корню *cura* – забота, попечение. Первоначально кураторами называли музейных хранителей, которые заботились о коллекциях. В XX в. в связи с появлением музеев современного искусства профессия куратора стала рассматриваться как полифония функций отбора произведений, еще не прошедших отбор временем, и показа нового искусства. В такой классической трактовке институт кураторства развивается и сегодня, но, поскольку продукт деятельности куратора – выставки, постольку куратором стали называть автора идеи и

¹ Соснина О. А. Идея – концепция – экспозиция: междисциплинарные выставочные проекты в музейном пространстве // Новации в развитии музейного мира России в первое десятилетие XXI века. Новосибирск, 2011. С. 188–207.

ведущего экспозиционера выставочного проекта, организационного и идейного лидера его создания. В штатном расписании отечественных музеев нет должности куратора, а практика приглашения на роль куратора специалиста «со стороны», как это принято за рубежом, где кураторство носит характер независимой деятельности, тоже в лучшем случае распространяется на проектирование стационарных экспозиций. Поэтому музейщики выращивают кураторов «из себя», осознавая, что с кураторством связан не только круг определенных функциональных обязанностей, но и ответственность за создание интеллектуально-творческого продукта. Приведем в связи с этим емкую цитату о кураторской миссии из профессионального музейного журнала:

«Работа куратора над выставкой сродни созданию произведения искусства. Выставка – это такой же художественный продукт, а куратор – демиург, создающий новую реальность. Его задача заключается в том, чтобы зритель в эту реальность вошел, считал самые важные смыслы, понял замысел и вышел из музея немного другим человеком, по сравнению с тем, каким был, когда вошел в него»¹. Куратор – не просто номинально назначенная должностная единица, а человек, способный создать интересное «высказывание».

Куратор заключает творческий союз со всеми участниками разработки проекта и его реализации, направляет и контролирует весь творческий процесс. Степень творчества в работе куратора определяется характером выставки. Выдающийся куратор XX в. Харальд Зеeman писал о необходимом куратору качестве гибкости: *«Куратор обязан быть гибким. Иногда он – прислуга, иногда – помощник; иногда куратор подсказывает художнику, как лучше представить произведение; если выставка групповая, то он координатор, если тематическая – изобретатель»².*

Куратор выставки, организуя работу над научной документацией, как правило, является автором (или одним из авторов) научной концепции выставки. Осуществляет разработку технических заданий на выполнение проектных и исполнительских работ по объемно-пространственному оформлению экспозиции, изготовлению нестандартного экспозиционного

¹ Куратор или экспозиционер? [интервью с З. Трегуловой] // Музей. 2015. № 10. С. 15.

² Цит. по: Карцева Е. «Позвольте мне показать вам то, что я вижу» // Музей. 2015. № 10. С. 21.

оборудования. Участвует в подготовке и согласовании договоров о предоставлении музейных предметов на выставку. Обеспечивает подготовку документации, связанной с организацией выставок, в том числе финансовой (смета), учетной (акты приема предметов во временное пользование, охранную топографическую опись), таможенной, страховой, транспортной. Обеспечивает взаимодействие с учетно-хранительскими подразделениями музея¹. Куратор выставки организует работу по созданию каталога и выпуску путеводителя по выставке. Реализуя проект, куратор, как правило, частично выполняет и функции менеджера выставочной деятельности, либо делегирует ему часть вышеописанных полномочий.

Куратор – ведущий экспозиционер. Его ассистенты, помощники, сокураторы тоже именуется экспозиционерами. *Экспозиционер – специалист по экспозиционной и выставочной деятельности* – как правило, сотрудник экспозиционно-выставочного отдела, который участвует в создании научных концепций, отборе экспозиционных материалов, разработке тематико-экспозиционных планов, планов выставочной деятельности музея, проектов художественного оформления экспозиций, разрабатывает информационные материалы и этикетаж, участвует в монтаже выставки.

Художник, дизайнер – специалист художественного профиля (или коллектив художников), создающий образное пространственное решение экспозиции. Художник осуществляет проектирование, изготовление и реализацию художественно-дизайнерских решений. Художественные работы в соответствии с общим замыслом могут быть направлены на выполнение архитектурных, дизайнерских или изобразительно-монументальных задач. Каждая группа задач требует разработки специального проекта и, как правило, художников соответствующей специализации – архитекторов, средовых и графических дизайнеров, художников-монументалистов. Крупные выставочные проекты реализуются силами приглашенных художников или специализированных фирм, предоставляющих услуги по музейному проектированию и дизайну. Отечественная история художественного проектирования экспозиций гордится именами

¹ Перечень функциональных обязанностей куратора составлен в соответствии с Единым квалификационным справочником должностей руководителей, специалистов и служащих. См.: ЕКСД – Специалист по экспозиционной и выставочной деятельности // КлассИнформ.ру: справ. кодов общерос. классификаторов. URL: <http://classinform.ru>.

художников, которые стояли у истоков новой парадигмы экспозиции как произведения искусства – Е. Розенблюма, А. Тавризова, Л. Озерникова и др. – и воплотили свои идеи в созданных ими стационарных экспозициях ведущих музеев России. Менее масштабные проекты создаются с помощью штатного художника-оформителя или дизайнера. С его помощью осуществляется поиск наиболее рациональных вариантов решений конструктивно-оформительских материалов и деталей внешнего оформления, объемно-пространственного проектирования, монтаж экспозиции, монтаж и сборка художественно-декоративных экспонатов, витрин и стендов и демонтаж произведений монументальной живописи, скульптуры и декоративно-оформительского искусства, выбор художественных форм и методов подачи рекламных макетных материалов с использованием новых информационных технологий.

Нередки случаи, когда выставки создаются вообще без участия художника-профессионала. Это, однако, не снимает со специалистов по выставочной деятельности ответственности за создание экспозиционного ансамбля с учетом особенностей зрительного восприятия и дизайна пространства. В дальнейшем в специальном параграфе будет рассмотрен вопрос взаимодействия экспозиционера и художника, а также основы выставочного дизайна.

В состав творческой группы по созданию выставочного проекта на этапе разработки идеи могут быть введены научные консультанты – ученые-историки, специалисты в профильной области знаний, краеведы; инженеры по аудиовизуальным средствам; педагоги и специалисты в области культурно-образовательной деятельности; специалисты по информационным ресурсам и маркетингу. Все они включены в общий технологический процесс, который, по сути, является *проектной* деятельностью и координируется с помощью системы *проектной документации*. Объем документации в зависимости от масштаба проекта может различаться. Но и многолетний архив проектной документации стационарной экспозиции крупного музея, и краткие наброски проекта временной выставки создаются по одним и тем же (уже известным нам) принципам; их объединяет и стандартная технология процесса. Анализируя ее, нет необходимости принимать во внимание только выставки-импровизации, которые являются результатом не проектной, а спонтанной деятельности экспозиционера.

С технологической точки зрения процесс работы над проектной документацией выставки представляет собой не одну, а множество технологий. Выделим основные:

- Технология научного проектирования
- Технология художественного проектирования
- Основы выставочного дизайна
- Проектирование специальных средств выставочной коммуникации – информационной системы экспозиции, интерактивных средств, экскурсии.

3.2. Технология научного проектирования

Научное проектирование составляет содержание *теоретического* этапа проектирования выставки. Однако ему предшествует этап *подготовительный*, когда созревает тема будущей выставки. Она обсуждается в научно-музейных кругах и на официальном уровне, тестируется на соответствие профилю, миссии, задачам музея или выставочной организации и, в конце концов, включается в план выставочной работы. Этот процесс не обязательно регламентирован во времени и может быть достаточно длительным. Обратимся за примером к опыту создания конкретной выставки, описанному в уже цитированной статье О. Сосниной:

«Идея выставки «Дары вождям» родилась спонтанно у меня и моего коллеги Николая Ссорина-Чайкова, антрополога из Кэмбриджского университета, на экспозиции советского искусства в одном из московских музеев. Постепенно, в течение трех лет идея созревала, обдумывалась и артикулировалась в наших выступлениях на конференциях и в статьях.

Эта совместная междисциплинарная (искусствоведческая и антропологическая) исследовательская работа увлекла нас и постепенно выросла в оригинальную концепцию большого выставочного проекта Он вызвал интерес в научном сообществе, в Москве и в Кэмбридже, был одобрен музейным сообществом и в 2004 году включен в выставочный план Музеев Кремля¹. Замысел проекта состоял в том, чтобы взглянуть

¹ Выставка «Дары вождям» была организована музеями Московского Кремля в выставочном зале «Новый Манеж» в октябре – ноябре 2006 года при участии 12 музеев России и двух архивов. Авторы оригинального дизайна выставки – московские архитекторы Е. В. Асе и К. Ю. Ларин. (Дары вождям: каталог выставки / авт.-сост. О. А. Соснина, Н. В. Ссорин-Чайков. М.: Пинакотека, 2006. 328 с.)

неожиданным образом на сложный и неоднозначный феномен советского общества, исследовав его через такой простой и привычный в повседневной жизни предмет как подарок. Предметом показа должны были стать особые подарки, предназначенные для первых лиц советского государства – от В. И. Ленина до М. С. Горбачева. В этот беспрецедентный по своим масштабам церемониал – подношения даров, разогретый человеческими эмоциями и идеологическими амбициями, было вовлечено гигантское число людей: от частных лиц – рядовых советских и иностранных граждан, до глав иностранных государств, всемирно известных деятелей науки и культуры, и участников коммунистического подполья за рубежом»¹.

Как видим, понадобился трехлетний срок для того, чтобы тема выставки оформилась в целостный концепт – идею, и была протестирована сообществом компетентных профессионалов. Вслед за включением темы выставки в план последовала разработка научной концепции, которая, как уже было сказано в предыдущей цитате, потребовала «от 8 до 10 месяцев напряженной работы»². Научная концепция экспозиции – первый документ, с разработки которого начинается теоретический этап проектирования. Полный комплект документов системы научной документации включает в себя, помимо *научной концепции, расширенную тематическую структуру и тематико-экспозиционный план*. Рассмотрим технологию работы над каждым документом согласно сложившейся последовательности работы над ними. Отметим, что эта традиционная очередность характеризует логику построения теоретической модели эпохи, события, явления по принципу восхождения от абстрактного к конкретному, а в случае проектирования выставки – от общей идеи к конкретному предмету-знаку. Таким образом, на теоретическом этапе проектирования специфически музейная модель историко-культурных процессов носит описательный характер и реализуется в форме научной документации.

¹ Соснина О. А. Указ. соч. С. 194–195.

² Типовые отраслевые нормы труда на экспозиционно-выставочные работы отводят на разработку научной концепции выставки 24 часа без учета периода подготовительного этапа, операции которого также регламентированы.

3.2.1. Разработка научной концепции

Работа над научной концепцией аналогична структуре любого научного исследования и включает те же этапы, что и подготовка научной статьи или доклада. Только конечным «продуктом» в данном случае выступает специфический документ – научная концепция. **Научная концепция экспозиции (от лат. *conceptio* – понимание, система) – «теоретическое обоснование экспозиции музейной, документ, содержащий изложение основ экспозиционного замысла и научную трактовку темы экспозиции»¹.** Итак, концепция – конструктивная разработка идеи выставки, которая оформляется в соответствии с определенными требованиями. Работа над научной концепцией проходит через ряд последовательных этапов – предварительную разработку темы, сбор и изучение материала, написание авторского текста. Прокомментируем каждый из этих этапов с точки зрения алгоритма определенных действий, способных привести к желаемому результату.

1. Предварительная разработка темы

Предварительная разработка темы в значительной степени осуществляется на подготовительном этапе. Тема определяет фактическое и смысловое содержание будущей выставки, формулировка темы отвечает на вопрос *о чем?* В зависимости от выбранного аспекта содержания и ресурсов коллекции на одну и ту же тему может быть создано множество выставок разного масштаба – от линейно иллюстративных до семантически сложных. Поэтому основная задача этого этапа – трансформировать *тему* в *идею*. Для этого, с одной стороны, изучаются справочные издания, базовые, фундаментальные труды, теоретические статьи по теме; анализируется понятийный аппарат, намечается круг проблем; определяются наиболее авторитетные источники. С другой стороны, изучаются выставочные ресурсы – особенности пространства и оборудования – и фондовые коллекции, которые могут быть источниками отбора предметов. Не последний вопрос на этапе предварительного самоопределения – финансовые ресурсы, которые связаны с привлечением художника к работе над выставкой, заказом оборудования, свето- и аудиотехническим сопровождением, транспортировкой предметов и их страховой стоимостью. В связи с по-

¹ Словарь актуальных музейных терминов // Музей. 2009. № 5. С. 57.

следней позицией полезно определиться с ценовой политикой и рассчитать экономическую целесообразность выставки. Иными словами, экспозиционер-куратор отвечает на вопросы: о чем? где? с помощью чего? на какие средства? Но главный вопрос, на который должен быть найден ответ на данном этапе – *зачем?* В любой проектной деятельности¹ этот вопрос, связанный с целеполаганием, должен опережать размышления на тему *как, каким образом?*

Предварительная разработка темы и есть поиск цели и задач будущей экспозиции, комбинация которых позволяет выработать идею, замысел выставки. Идея – основной содержательный стержень экспозиции, именно она в дальнейшем определяет концептуальный уровень ее организации. Это и есть авторская мысль, «какая-то фраза. Это может быть яркая интеллектуальная идея или поэтический образ»².

Значимость идеи осознана в любом виде творческой деятельности. Например, в режиссерской практике широко распространено понятие *сверхзадачи*, введенное К. С. Станиславским. Еще одним синонимом *идеи* является понятие *замысла* – термин, широко распространенный в сфере литературного и художественного творчества. Идея, замысел или сверхзадача в конечном итоге отвечают на вопрос *ради чего?*, то есть, ради какой трансформации зрителя – его личности, его восприятия жизни, понимания ценностей, категорий прекрасного и безобразного и т. п. – создается то или иное произведение. Вот эту-то идею (сверхзадачу, творческий замысел) и нужно найти на этапе предварительной разработки темы. Или хотя бы приблизиться к ней. А еще лучше – найти для нее точную формулировку. В приведенной выше цитате из статьи О. Сосниной о выставке «Дары вождям» идея была четко артикулирована – «*взглянуть неожиданным образом на сложный и неоднозначный феномен советского общества, исследовав его через такой простой и привычный в повседневной жизни предмет*

¹ Не только в проектной, но и в любой творческой деятельности поиск средств осуществляется только после того, как автор находит ответ на вопрос *что* он хочет сказать средствами искусства? См. об этом, например, интервью с актрисой, театральным педагогом Н. Д. Журавлевой: «...теперь я уже понимаю, как объяснить студентам суть роли, когда выстраивается некая внутренняя линия: сначала ты понимаешь, что делаешь, а потом – как это сделать. Это как арыки, я всегда ребятам говорю: “Надо строить ирригационные сооружения, а потом по ним воду пускать”» (Скатерть Лидии Либединской / авт.-сост. Н. Громова. М., 2013. С. 128).

² О перспективах музейного кураторства в России [интервью с В. Мизиано] // Музей. 2015. № 10. С. 10.

как подарок». Надо полагать, авторы на этапе предварительной разработки темы данной выставки обратились к фундаментальным трудам культурологов, антропологов, этнографов, психологов, социологов с целью изучения истории формирования феномена подарка в человеческом обществе, выявления его политических, этнических, социально-психологических аспектов, влияния традиций, роли в повседневной и праздничной жизни и т. д. Весь этот спектр значений позволил определить содержательный стержень, цель выставки – *подарки вождям как феномен советского общества*. Сверхзадача, идея выставки, таким образом, предполагала открытие посетителю нового ракурса постижения привычного феномена подарка, который способен сфокусировать в себе особенности мировоззрения, ценностных установок целой эпохи, страны и людей; предоставление возможности «заглянуть в сложный и парадоксальный мир взаимоотношений человека с властью».

Приведем еще один пример. На этот раз, профильной научно-технической экспозиции Политехнического музея, который впервые с момента его открытия в 1872 г. переживает период широкомасштабной реконструкции. Идею музея, который по изначальному замыслу его создателей должен был быть «витриной» новейших достижений науки и техники, авторы новой экспозиции определяют как «форум для живых обсуждений того, как изобретения и инновации меняют жизнь общества»¹. Поэтому в экспозиции, с одной стороны, актуализируется культурологический ракурс проблем научно-технической модернизации общества, с другой – на основе научной концепции разрабатывается уникальный инженерный проект единого информационного пространства музея с детальными и тонкими настройками обратной связи.

Таким образом, на этапе предварительной разработки темы определяются базовые установки экспозиционера – идея, цель, задачи. Кроме того, предварительный анализ темы и ресурсов помогает определиться с решением пространственных, технических и организационных задач – перспективами зонирования пространства выставки по разделам, необходимостью подбора типового или проектирования оригинального оборудования, задачами сотрудничества с художником, формами комплектования выста-

¹ «Ведомый данными»... С. 7.

вочной коллекции, привлечением партнеров – как экспонентов (других музеев, архивов, общественных организаций, частных коллекционеров), так и спонсоров (финансовых, транспортных, информационных).

2. Сбор и изучение материала

Данный этап предполагает выявление максимально широкого круга источников по теме – вещественных, знаковых, изобразительных, вербальных; их изучение, структурирование, обобщение. Его конечной целью является теоретическое моделирование и реконструирование явления или историко-культурной реальности.

Первоначально на первый план выдвигаются методы *историко-библиографического* исследования. Изучается историография вопроса. Для выявления опубликованных источников задействуются информационные ресурсы научных библиотек и электронные базы данных (как правило, электронные каталоги библиотек выставлены на сайтах), ресурсы сети Интернет. Первостепенную значимость на данном этапе сбора теоретического материала имеют публикации *научного* и *справочного* характера – монографии, сборники документов, статьи, характеризующие разработку проблемы в профильной науке. Очень важны источники мемуарного характера – воспоминания, письма, дневники, которые передают эмоциональную атмосферу времени, то, что называют «воздухом» эпохи. Научно-популярные книги и статьи тоже могут быть полезны – не столько своей фактографической основой, сколько приемами популяризации, диалога с читателем, отбором иллюстративного материала. Однако не стоит отдавать им преимущество при построении концепции, отношение к качеству научной интерпретации популярных источников должно быть достаточно критичным.

Целесообразной формой организации работы с источниками на данном этапе является составление библиографических картотек, списков. По ходу изучения материалов создается массив выписок, конспекты, полнотекстовые базы данных. В дальнейшем они могут быть использованы при разработке информационного сопровождения выставки, ведущих текстов, экскурсии. Работа с источниками имеет еще одну специфическую особенность: ее можно назвать *предметоориентированной*. То есть, изучая научную и специальную литературу, автор концепции выясняет возможности *предметного* раскрытия темы и делает попутные записи по этому поводу.

Наряду с опубликованными источниками изучаются *архивные* материалы. Они помогают в сборе и уточнении фактографических данных, помогают реконструировать хронику событий или канву повседневной жизни. Среди архивных материалов нередко встречаются и такие, которые достойны выставочной публикации, и даже могут стать на выставке фокусным экспонатом. Сведения о таких документах, конечно, сразу включаются в рабочую картотеку экспонатов, а с фондодержателем обсуждаются перспективы участия в выставке и условия предоставления предметов на временное хранение.

Но основной источниковой базой выставки являются все же «музейные» источники – фонды и коллекции музейных предметов и предметов музейного значения. Предварительное ознакомление с собраниями экспонатов позволяет сориентироваться в степени документированности темы, характере предметного наполнения будущей выставки, предметных лакунах и направлениях дополнительного комплектования. Иногда уже на этом этапе удается определить ведущие экспонаты или потребность в воспроизведениях, реконструкциях, которые нужно будет специально изготовить.

Работа с источниками носит не только аналитический, но и синтезирующий характер. Как пишет О. Соснина, это аналитическая работа не столько над фактами, сколько над их *научной интерпретацией*. Это интеллектуальная рефлексия на замысел выставки, его корректировка на основе реакции научного сообщества – консультантов, профильных специалистов. Итогом этапа является концептуализация материала, предварительная разработка тематической структуры или уникального сюжета выставки. Этот итог оформляется в виде текста научной концепции.

3. *Написание авторского текста научной концепции*

Научная концепция включает аналитическую и проектную части. В аналитической части дается характеристика научной проблематики:

– **актуальности темы** в контексте социокультурной ситуации для конкретного социокультурного пространства.

– **научной рефлексии на проблему, степени разработанности темы** в профильной науке, понятийного аппарата;

– **музейного потенциала (коллекционного, памятникового) – источниковой базы** раскрытия данной темы, хронологических границ отбора предметного материала.

– *опыта организации выставок на ту же тему* в других музеях и различные подходы к ее экспозиционному решению.

Таким образом, аналитическая часть концепции делает «подводку» к обоснованию замысла выставки, позволяет выявить ее актуальность для данного региона, оригинальность, отличие от уже реализованных подходов к решению темы.

Проектная часть научной концепции включает:

- *обоснование идеи (замысла)* выставки;
- *формулировка цели*. Цель – это предвосхищение конечного результата;
- *определение задач* – промежуточных результатов на пути к достижению цели. Поскольку выставка многофункциональна и ее результаты многообразны, задачи можно дифференцировать, выделив блок, например, информационных, образовательно-просветительских, нравственно-этических задач, эстетических, творчески-развивающих, гедонистических (досугово-развлекательных);
- *характеристику основных принципов и методов экспозиционного проектирования* (см. параграфы 2.3–2.4);
- *характеристику структуры* – не только перечень разделов, но и принципы их выделения, логику развертывания сюжета;
- *характеристику целевых групп* (адресата) выставки с точки зрения анализа их актуальных потребностей и проектируемого выставочного предложения;
- *особенности экспозиционного пространства*, пожелания и требования к его художественному решению;
- *схему организации пространства и перемещения потока посетителей*.

Научная концепция – документ деловой, стилистически близкий к научной статье. Вместе с тем, он не является догмой, и в процессе дальнейшего проектирования, а также на этапе реализации проекта, в концепцию могут вноситься уточнения, а многие детали и даже целые смысловые блоки могут быть существенно изменены. Познакомиться с примерным текстом научной концепции выставки можно в Приложении 2.

3.2.2. Расширенная тематическая структура экспозиции

Структура – общенаучное понятие, восходящее к латинскому корню *structūra* – «строение». И в профессиональной, и в обыденной речи мы упоминаем его для обозначения внутреннего устройства, пространственного строения, упорядоченности. Таким образом, тематическая структура выставки – это «упорядоченное строение», основа целостной совокупности ее частей, обусловленная логическими связями между элементами. Условимся в дальнейшем понимать под **тематической структурой** выставки *совокупность логически взаимосвязанных частей экспозиции*. Тематическая структура разрабатывается на этапе сбора и изучения материала и входит в состав научной концепции в виде перечня основных тем – разделов будущей экспозиции. Последовательность тем определяет маршрут осмотра экспозиции посетителями. Дальнейшая разработка тематической структуры, ее конкретизация до уровня подтем и экспозиционных комплексов фиксируется в документе, который получил название расширенной тематической структуры. Таким образом, **расширенная тематическая структура (РТС)** – *документ, в котором фиксируется деление будущей экспозиции на взаимосвязанные части – разделы, темы, экспозиционные комплексы*.

Структура будущей выставки в РТС описывается в следующем порядке:

- ***наименование темы*** (подтемы, экспозиционного комплекса);
- ***краткая аннотация*** – характеристика содержания;
- ***обобщенный перечень предполагаемых экспонатов*** (или их групп) с краткой характеристикой. Возможна группировка экспонатов по типам, выделение ведущих экспонатов, диорам, макетов, реконструкций;
- ***предложения по художественному решению данного структурного элемента экспозиции***.

Пример оформления РТС выставки, посвященной 100-летию начала Первой мировой войны, помещен в Приложение 3. Приведенный пример знакомит с формой записи РТС, но не раскрывает творческой «кухни» разработки структуры. А между тем, за достаточно формализованной схемой стоит сложный творческий процесс, который с трудом поддается описанию. Создание самого документа – это итог, результат длительного этапа работы – синтеза информации, полученной в ходе изучения выявленных

источников, литературы по теме выставки, подбора будущих экспонатов. РТС характеризует технологический аспект проектирования. А направление мышления, принципы и подходы к созданию структуры подсказывают методы экспозиционного проектирования. Выбор методов обусловлен идеей экспозиции, особенностями пространства и возможностями оборудования, спецификой целевых групп, он аргументируется в тексте научной концепции. Поэтому всем, кто озадачен разработкой РТС советуем еще раз обратиться к параграфам 2.4 и 2.5.

Из описанной в этих параграфах методологии следует, например, что, если экспозиционер отдает предпочтение коллекционному показу, то в основе РТС будет структура профильной науки, адаптированная к целям и задачам выставки. Тематическую структуру ансамблевой выставки определяет функционализм интерьеров – реконструируемой среды, в особенности, если экспозиция проектируется в здании исторической архитектуры и носит историко-бытовой или мемориальный характер. Тогда традиционно в структуре выставки о крестьянском доме выделяются «изба» и «горница»; в структуре юрты – мужская и женская половины; в структуре дворянской усадьбы – «камердинерская», «приемная», «гостиная», «столовая», «спальни», «детская» и т. п. Тематико-иллюстративная выставка подчиняется линейному фабульному строению, то есть искусственно сконструированной взаимосвязи элементов, служащей подтверждению определенной идеи. В этом случае в экспозиции, расположенной, например, в той же музеефицированной усадьбе, ансамблевые комплексы, скорее всего, будут чередоваться с тематическими композициями фотографий, документов, вещевых источников, иллюстраций и разнообразными информационными панелями и сервисами. Музейно-образная и сюжетно-образная экспозиции подчиняются логике создания художественного образа, метафоры, и сюжета, развивающегося от пролога – к завязке действия (сюжета) и его развитию или конфликту, через кульминацию – к развязке и эпилогу. И в этом случае та же усадьба, визуализируемая как «среда», будет восприниматься как «повесть», «экспозиционная драма»¹, состоящая из череды «глав» или «действий».

¹ Пример такой «повести» находим в музеологическом наследии Ф. И. Шмита, который назвал экспозицию в Нижней даче Николая II в Петергофе (1927 г.) «повестью о том, как последний из Романовых пытался бороться с Революцией, и как Революция сломила его». Настоятельно советуем познакомиться с этим примером и комментариями к нему по монографии Т. П. Полякова. Он

Таким образом, значение расширенной тематической структуры как проектного документа определяется конкретизацией научного содержания выставки через внутреннюю упорядоченность структурных элементов – соотношение частей и целого. Фактически именно РТС выступает в качестве абриса теоретической модели истории, так как дает развернутую характеристику тематической структуры, содержания каждого структурного уровня экспозиции, а также обобщенную характеристику предполагаемых экспонатов. РТС позволяет выявить «гипертекстные» связи в структуре выставки, выделить основные и второстепенные смыслы, оценить обеспеченность разделов и тем экспонатами, обнаружить смысловые неувязки и тематические пробелы. На каждом этапе научного проектирования, а на этапе разработки структуры особенно, необходимо проверять все факты и теории, консультируясь со специалистами.

На основании расширенной тематической структуры определяются направления формирования выставочной коллекции – экспозиционных материалов. РТС является отправной точкой для работы художника и в идеале разрабатывается совместно с ним. Расширенная тематическая структура и научная концепция – взаимодополняющие документы, нередко РТС рассматривается как часть концепции, а оба документа представляются единым пакетом. Обязательным элементом, который завершает этот комплекс проектных материалов, является *список использованной литературы*, куда включаются все опубликованные источники и архивные материалы, использованные на этапе научного проектирования.

3.2.3. Тематико-экспозиционный план

Логика дальнейшего проектирования требует конкретизации РТС как описательной теоретической пространственно-временной модели истории (события, явления, жизни человека) до уровня элементарной структурной единицы экспозиции – экспоната. На завершающем этапе создается тематико-экспозиционный план (ТЭП) – итоговый документ научного проектирования, определяющий состав и основные характеристики экспозиционных материалов, их распределение и группировку по темам, подте-

интересен и с точки зрения утверждения музейно-образного метода в проектировании, и с точки зрения специфики *тематической* структуры музейно-образной экспозиции.

мам, экспозиционным комплексам, а также основные тексты к музейной экспозиции. ТЭП отражает уже не предполагаемое, как в расширенной тематической структуре, предметное наполнение, а реальные, специально для экспозиции отобранные предметы и все виды вспомогательных материалов, специально изготовленных для выставки.

Подобно всем проектным документам, которые уже были рассмотрены, ТЭП – форма представления результатов исследовательской работы, начало которой может быть отнесено к этапу сбора и изучения материала. Уже тогда работа с источниковой базой не ограничивается поверхностным знакомством с собраниями музея, а предполагает первичный отбор предметов для экспонирования – составление примерных списков предметов или рабочей картотеки. Информация о выявленном предмете заносится на карточку, и в ручном режиме создается картотека экспозиционных материалов для выставки. Традиционная карточная форма картотеки имеет свои преимущества перед электронной: различные варианты систематизации карточек позволяют моделировать структуру, идентичную структуре выставки, контролировать наполняемость тем и подтем предметами, анализировать типологическую структуру экспозиционных материалов. Если подобная информация собирается в форме базы данных, то сведения о предметах заносятся в электронные папки, одноименные структурным разделам выставки. Сведения о предметах должны быть необходимыми и достаточными и с точки зрения идентификации предмета (инвентарный номер, место хранения) и его быстрого поиска в фонде, и с точки зрения дальнейшей работы над экспозицией. Поэтому структура карточки может полностью или частично воспроизводить структуру записи в ТЭП. В дальнейшем эти сведения автоматически копируются в формат этикетки, что облегчает довольно трудоемкий процесс работы над авторским этикетажом. Следует заметить, что в ходе исследовательской работы в процессе проектирования выставки нередко уточняются важные характеристики предмета (например, его датировка, авторское название). Тем самым выставка выполняет факультативную для данной формы работы научно-исследовательскую функцию.

Гораздо сложнее обстоит дело с выявлением предметов для выставки из других источников. В этом случае необходим целенаправленный розыск и планомерные исследования, актуализация контактов с партнерами про-

екта – государственными, муниципальными и ведомственными музеями, коллекционерами и владельцами отдельных предметов, мастерами декоративно-прикладного искусства, художниками, фотографами, общественными и научными организациями, которые практикуют комплектование коллекций. Тематическое комплектование может быть задачей специально организованного полевого исследования – репортажных сборов или экспедиции. Репортажные сборы проводятся по свежим следам какого-либо события. Например, во время фестиваля народного творчества и ремесел выявляются мастера, проводится фото- и видеофиксация технологий и современных форм бытования фольклора, записываются интервью, отбираются предметы для выставки. Экспедиция – комплексное выездное исследование удаленного объекта, которое проводится по специальной программе. Итогом экспедиции являются наблюдения над действительностью, записи рассказов старожилов, участников или очевидцев событий, фотоматериалы, приобретение предметов музейного значения. Эта деятельность помимо проблем выставочного проектирования решает и другие задачи, связанные с исследовательской деятельностью, комплектованием фондов.

К поиску необходимых предметов для выставки может быть привлечено и население, различные социальные, профессиональные, конфессиональные и этнические группы¹. Система информирования через СМИ и социальные сети позволяет сделать эту коммуникацию оперативной и эффективной. В связи с этим заслуживает внимания, например, опыт Государственного Дарвиновского музея, который задолго до открытия той или иной выставки размещает на сайте не только ее анонс, но и условия приуроченного к ней тематического фотоконкурса, формируя таким образом специальные экспозиции силами друзей музея из разных уголков не только России, но и всего мира.

Первичный отбор, проводимый на основе множества источников, как правило, отчасти дефицитен, отчасти избыточен. Разделы со слабой наполняемостью требуют дополнительного комплектования. Поскольку в дальнейшем далеко не все отобранные предметы могут войти в состав выставки, следующий этап – отбор предметов для экспонирования, источником которого являются рабочие картотеки и рабочие базы данных.

¹ Пример работы с местным сообществом по сбору материала и подготовке выставок см.: Мира Ф., Блюхе Л. Городские музеи и локальное сообщество // Музей. 2015. № 10. С. 26–30.

Отбор предметов должен быть точным, основанным на критической оценке их музейных свойств в контексте концепции и структуры выставки. Выставки, перегруженные предметами, визуально воспринимаются трудно, поэтому качество выставки непосредственно связано с количественными характеристиками. Напомним в связи с этим о специфике «разговора вещами», о предмете и выставке как информационно-коммуникационной системе (см. параграф 2.1).

Из числа отобранных предметов выбираются ведущие экспонаты, с которыми связана основная смысловая нагрузка, учитывается их аттрактивность и экспрессивность. Не меньшее значение имеют визуальные взаимосвязи между вещами – их пространственные сближения, объединение в экспозиционные комплексы, которые порождают эффект взаимного документирования. Таким образом, на данном этапе осуществляется не только отбор предметов, но и формирование экспозиционных комплексов. Если к работе над выставкой привлекается художник, его участие в этом процессе не только возможно, но и желательно, так как уже на этом этапе могут быть сделаны предварительные эскизы выставки в целом и отдельных экспозиционных комплексов. Группировка предметов по комплексам при включении в ТЭП прогнозирует пространственные решения. Эти решения могут быть предельно конкретизированы выполнением предварительных раскладок в заданном пространстве в соответствии с тематической структурой. Путем предварительных раскладок создается *пробная экспозиция*, результаты раскладок фиксируются на фото или в наброске-чертеже и в дальнейшем используются при разработке ТЭП, а также эскизов будущей экспозиции.

Параллельно с отбором предметов для экспонирования и формированием экспозиционных комплексов осуществляется отбор (или планируется создание) вспомогательных материалов – воспроизведений, карт, реконструкций, фотоувеличений, иллюстраций, а также разработка вербального сопровождения – текстов и этикетаж. Теоретической базой этой работы являются выписки, конспекты и полнотекстовые базы источников, которые создавались на подготовительном этапе. Теперь на их основе создаются экспозиционные тексты – краткие научно-популярные очерки, отбирается цитатный материал (ведущие тексты), разрабатывается контент

информационных сервисов. Все виды вспомогательных материалов – воспроизведения, карты, иллюстрации, схемы, реконструкции, а также тексты включаются в ТЭП.

Жестких требований к оформлению ТЭП нет, его форма варьируется в зависимости от потребностей проектирования. Итоги работы, как уже было сказано, отражаются в таблице. Но, если ТЭП имеет значение самостоятельного документа (например, только им ограничивается знакомство с будущей выставкой художника или организации-заказчика), целесообразно сопроводить его титульным листом; пояснительной запиской с указанием актуальности, целей и задач выставки, описанием имеющихся экспонатов или направлений комплектования, размеров экспозиционных площадей, целевых групп и пр., тематической структурой. Что же касается самой таблицы, для которой предпочтителен альбомный формат, то ее структура может соответствовать полному варианту, приведенному в таблице 3, или быть сокращенной. Авторские тексты к экспозиции и разработки вспомогательных материалов входят в состав приложений к ТЭП. При использовании цифровых технологий важным дополнением является сценарий, в который входит динамический свет и специально спроектированный звуковой ландшафт.

Хорошей традицией отечественных музеев является практика рецензирования научной концепции и ТЭП специалистами-музейщиками и специалистами профильной науки.

ТЭП корректируется на протяжении всего этапа проектирования, в него вносятся изменения, связанные с принятием художественных решений. В итоге желательно иметь полное соответствие ТЭП и готовой выставки, что немаловажно для проектирования будущих выставок и документирования истории музея и выставочного процесса. Вся проектная документация в установленные внутренним регламентом сроки сдается в научный архив музея. В приложении 4 к учебному пособию приводится фрагмент ТЭП к выставке.

Примерная структура тематико-экспозиционного плана

Тексты ко всей выставке или разделу	Тематическая структура						
	Указываются точно сформулированные названия разделов и тем согласно РТС	Указываются точно сформулированные названия разделов и тем согласно РТС	Указываются точно сформулированные названия разделов и тем согласно РТС	Указываются точно сформулированные названия разделов и тем согласно РТС	Указываются точно сформулированные названия разделов и тем согласно РТС	Указываются точно сформулированные названия разделов и тем согласно РТС	Указываются точно сформулированные названия разделов и тем согласно РТС
Тексты	Названия подтем или экспозиционных комплексов	Названия экспонатных атрибуционные данные	Вид экспоната	Размеры, материал	Учетный номер	Фотообращение	Примечания
Тексты к отдельным темам и экспозиционным комплексам: Тексты-цитаты выписываются полностью с указанием на источник. Тексты-аннотации либо приводятся полностью, либо (при большом объеме) выносятся в приложение. В таком случае указывается название и вид текста и дается ссылка на приложение	Указываются согласно РТС, могут иметь рабочие формулировки	Предметы указываются в последовательности, определяемой темой. Название экспоната формулируется в зависимости от целей экспозиции и тематической направленности раздела или комплекса. Например, «Стол из кабинета писателя»	Указываются: подлинник, воспроизведение, реконструкция, вспомогательный материал	Размеры указываются в см по высоте, ширине и глубине. Для указания материала применяются общепринятые сокращения: х. – холст, м. – масло, б. или бум. – бумага, кар. – карандаш. «Картон», «гуашь», «пастель», «уголь», «темпера» принято писать полностью.	Инвентарный номер музея или место хранения подлинника, взятого или воспроизведенного из другого хранения (наприм., личная коллекция) или номер временного хранения	Вставляются уменьшенная копия контрольного фотоснимка предмета	Указываются место размещения экспоната, композиционные и оформительские решения

3.2.4. Сценарий как основа драматургии музейной экспозиции

При создании выставки *художественными* методами разрабатывается еще один проектный документ – сценарий. **Сценарий экспозиции – это вид проектного документа, интерпретирующий научную идею в драматургическое произведение для музейной экспозиции, которую художник реализует в формах пластического искусства и дизайна.** Пытливый студент, желающего разобраться в технологии сценарного проектирования, адресуем к первоисточникам данной темы и опубликованным сценариям музейных экспозиций (см. список литературы к данному разделу пособия). Здесь же ограничимся тезисным изложением специфики сценария как проектного документа.

Сценарий – это литературная форма изложения экспозиционного замысла, которая выявляет внутреннюю конфликтность темы, ее драматизм. Сценарий пишется для того, чтобы, отталкиваясь от научной концепции, найти и описать изобразительно-выразительные средства воплощения внутреннего драматизма темы экспозиции, ответить на вопрос: как побудить посетителя сопереживать людям и событиям, о которых повествует экспозиционный материал. По сути, экспозиционер, обладающий образным мышлением, «сочиняет пьесу на заданную тему и отбирает не только будущих “действующих лиц”, но и “исполнителей”, т. е. музейные предметы. При этом он озабочен и проблемой коммуникации, поскольку образы сценария должны потом переселиться в сознание художника и посетителя. Вытягивается из интерьера архитектурно-историческая информация, используются художественные, мультимедийные и технические средства, заранее продумывается экспозиционная активность посетителя»¹. К уже известным нам этапам работы над научной концепцией (сбор и поиск материала; определение идейно-тематической основы будущего сценария; поиск дополнительных фактов, уточнение событий, явлений, работа над документами) добавляются этапы, связанные с переработкой научного материала в драматургический замысел – обоснование конфликта, поиск сюжета и образной выра-

¹ Дукельский В. Ю. Проектирование музейной экспозиции // Музейное проектирование. М., 2009. С. 65–66.

зительности; работа над композицией сценария; доработка и реализация замысла в одной из форм сценарной записи.

Сценарий экспозиции – произведение, имеющее литературно-публицистическую природу. Пересказывать сценарии – дело неблагодарное, поэтому настойчиво советуем познакомиться с работами в данном жанре известных сценаристов Т. П. Полякова, Н. А. Никишина, М. Б. Гнедовского, В. Ю. Дукельского¹.

Разработкой сценария (если таковой создается) и технического задания на выполнение вспомогательных материалов (макетов, моделей, карт, схем, художественных произведений, научных реконструкций) завершается теоретический этап проектирования экспозиции. Общая схема процессов, которые осуществляются в рамках данного этапа представлена на рис. 1.

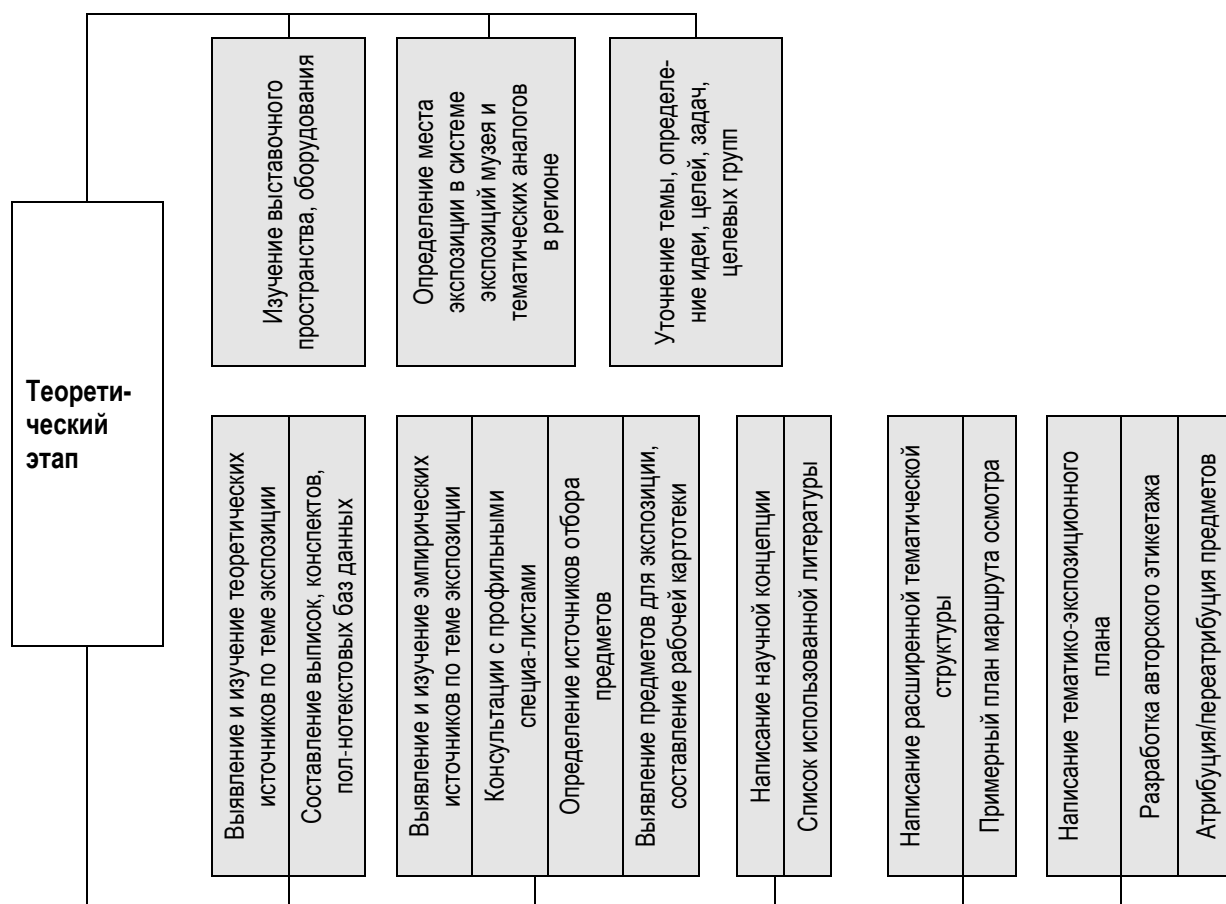


Рис. 1. Блок-схема теоретического этапа проектирования экспозиции

¹ Музейные сценарии / Рос. ин-т культурологии. Серия электронных изданий MYSEUM PRO. Вып. 30. М., 1997. URL: http://www.museum.ru/future/lmp/web/archive/m-pro_3.pdf.

Дальнейшие проектные работы направлены на решение художественно-технических задач профессиональными художниками, инженерами-акустиками, специалистами по свету и информационным технологиям. Вопросы художественного и технорабочего проектирования, которые предполагают наличие специализированной подготовки, в данном учебном пособии рассматриваться не будут. Сосредоточимся на проблемах, которые входят в систему компетенций специалиста по экспозиционно-выставочной деятельности. На этапах художественного и технорабочего проектирования он выступает в роли грамотного «заказчика» – разрабатывает технические задания, участвует в обсуждениях и презентациях, инициирует принятие совместных решений.

3.3. Технология художественного проектирования

В многовековой практике выставочного дела отношения экспозиционера и художника имеют свою историю. В XVIII в. создателей декоративных шпалерных развесок называли «декораторами». В 1920–1930-е гг. художники отечественной школы конструктивизма поражали мир концептуальными решениями советских экспозиций на Всемирных выставках. Начиная с 1960-х гг. обязательным компонентом системы работы над музейными экспозициями стала принципиально новая технология – художественное проектирование, в котором художнику-проектанту отводилась уже не скромная роль оформителя торжественных интерьеров и идеологически «правильных» цитат, а соавтора, «режиссера» экспозиционного пространства. В основе художественной интерпретации темы должен лежать, как тогда писали, «перевод» научного содержания экспозиции на образный язык. Этап формирования художественных методов проектирования и технологии архитектурно-художественного проектирования экспозиций (1960–80-е гг.) представлен интереснейшими монографиями, практическими пособиями и материалами профессиональной публицистики, которые вошли в список рекомендуемой литературы к данной главе. В них полемически отстаивалась и осмыслялась роль и значение художественного образа в экспозиции, анализировалась специфика зрелищности, которая ограничивает активное самовыражение и субъективизм художника. Его «палитру» составляют не слова и краски, а подлинные музейные предме-

ты, научно-вспомогательные материалы, изобразительные, архитектурно-пространственные и технические средства их показа. Таким образом, под художественным проектированием экспозиции стали понимать **область деятельности, направленную на создание экспозиционного ансамбля в объемно-пространственной и художественной среде в целях оптимального освоения содержания экспозиции посетителями музея**¹.

Сложилась и определенная последовательность этапов художественного проектирования, которая в идеале синхронизируется с основными этапами научного проектирования. В итоге создается система проектных документов, которая включает в себя:

– *художественную концепцию экспозиции* – документ в форме текста и художественного проекта (макета, 3D-модели, анимационного ролика), содержащий основные представления о художественно-образном решении будущей экспозиции, стилевых и пространственно-композиционных принципах ее построения. Художественная концепция содержит характеристики художественно-конструктивных решений оборудования и применения технических средств, предложения по созданию комфортной среды для посетителей².

– *эскизный проект* – чертежи, макеты, аппликации экспозиционных пространств, которые детализируют художественную концепцию на основе знакомства художника с экспозиционными материалами. Эскизные проекты окончательно фиксируют зонирование зала или залов и распределение площадей тематических разделов на основе маршрута осмотра экспозиции; характеризуют размещение ведущих экспонатов и текстов, методы их показа, расстановку экспозиционного оборудования; цветовое решение и освещение залов, экспозиции и отдельных экспонатов; размещение аудиовизуальных и технических средств. В эскизах разрабатывается принципиальное решение конструкций оборудования и объемных декоративных элементов (см. Приложение 7).

– *технорабочий проект* – документы, в которых фиксируется место каждого экспоната в экспозиции в соответствии с ТЭП и эскизным проектом, размещение текстов и технических средств. Эти документы называются

¹ Музееведение. Музеи исторического профиля. М., 1988. С. 246.

² Словарь актуальных музейных терминов. С. 63.

монтажными листами, на их основе осуществляется итоговая сборка – монтаж экспозиции. В состав технорабочей документации входят авторские разработки и чертежи оборудования, систем освещения и крепежа экспонатов. В последнее время существенно усложнившаяся система технорабочего проектирования выделилась в самостоятельное направление проектных работ, которое может включать в себя архитектурную реконструкцию здания, масштабные строительные работы, модернизацию кабельных систем, создание современной системы кондиционирования, построение беспроводной сети Wi-Fi, разработку цифровой инфраструктуры здания.

В таком виде система документации и этапов художественного проектирования представлена в специальной и учебной литературе. Такого порядка стремятся придерживаться музеи при организации стационарных экспозиций и крупных выставок. Однако полный цикл художественного проектирования далеко не всегда может быть реализован, да и выставки бывают разными, поэтому приверженность «строгим правилам» может обернуться ненужным формализмом. Зачастую выставки и вовсе создаются силами экспозиционеров без участия художников. Поэтому экспозиционеру полезно не только осознанно подходить к разработке технического задания для художника (см. Приложения 5, 6), но и владеть определенными компетенциями в области экспозиционного дизайна, быть готовым к формированию экспозиционного ансамбля без помощи художника-профессионала.

Художественно-проектные задачи определяются функциями художественного образа, типом и видом экспозиции. Если главное в проектируемой выставке – создание атмосферы, что характерно для музейно-образных и сюжетно-образных экспозиций, то предметный материал станет частью структуры художественной формы. Если, наоборот, на первый план выдвигается научное содержание, то возникает опасность диссонанса между научно-популярными методами проектирования и аттрактивностью изобразительных решений. В связи с этим вспомним шутку 80-х гг. прошлого века на тему автопрома:

Если считать, что назначение автомобиля – езда по дорогам, то его главной частью является двигатель. Тогда разработку автомобиля начинаем с двигателя, а в оставшееся место помещаем пассажиров. Если считать, что назначение автомобиля – перевозить пассажиров, то разработку автомобиля начинаем с салона, а в оставшееся место помещаем

двигатель. В итоге, в первом случае получаем «Запорожец ЗАЗ-965», во втором – «Фольксваген Жук».

В параграфе 2.1 уже говорилось о значении экспозиционного ансамбля как основного средства визуальной коммуникации, об информационной емкости художественного образа и коммуникационном значении пластической метафоры. Но, очевидно, что функции художественного образа и степень их реализации в экспозициях разных типов будут различаться. В связи с этим попробуем эмпирически выделить эти функции, а в дальнейшем соотнести их с типами экспозиций и направлениями дизайнерского решения.

Итак, к функциям художественного образа в экспозиции можно отнести:

– моделирующая функция как передача информационной насыщенности времени и места действия. Образно-художественная модель времени-пространства может быть фактографичной, метафоричной, документальной.

– интерпретационная (или идейно-смысловая) функция как раскрытие темы через передачу атмосферы эпохи, события, явления. Атмосфера выставки может быть торжественной, таинственной, трагической, светлой, подавленной, душной, восторженной, лирической и пр., для чего необходимы разные средства создания образа.

– декоративно-эстетизирующая функция связана с преобразованием среды – выставочного интерьера. Специально созданные художниками объемно-конструктивные или живописные произведения, пластические метафоры являются самоценными произведениями искусства.

– функция динамизации – создания темпоритмической основы экспозиции. Так как экспозиция осваивается в движении, динамика экспозиционного образа воздействует на зрителя как показатель течения времени (подобно смене декораций на сцене театра).

– синтезирующая функция. Образные решения выступают в качестве средства, объединяющего разрозненные элементы экспозиции.

– доминантно-смысловая функция. Произведения экспозиционного искусства, дизайнерская аранжировка темы и экспонатов являются в экспозиции и эмоциональными, и художественно-эстетическими доминантами, с их помощью пластически выразительно воплощается идейный замысел экспозиции.

В экспозициях, спроектированных *научными* методами, функции художественного образа вторичны по отношению к содержанию. Задачи художника

коллекционных, ансамблевых, тематических экспозиций связаны, в первую очередь, с созданием комфортной среды визуального восприятия предметного ряда. Как пишет Т. П. Поляков, «художник, приглашаемый в качестве *дизайнера* (курсив. – А. И.), должен оставить свои амбиции и работать на “науку” <...> Его профессиональная задача, во-первых, продумать дизайн витрин, соответствующих особенностям представляемых материалов и обеспечивающих их сохранность, а, во-вторых, используя световые эффекты, создать комфортные условия для восприятия коллекций в экспозиционном пространстве»¹. Таким экспозициям нужен «хороший оформитель <...> научно-популярных идей и предметных иллюстраций, освоивший современные электронные технологии»². Визуально эти экспозиции воспринимаются как более традиционные, они тяготеют к *классическому музейному дизайну*, которому присущи функциональность, строгость, ясность композиционных построений, главенство экспоната, высокий уровень качества. В таких экспозициях большую роль играют архитектурные и дизайнерские аспекты, качество систем оборудования.

В гораздо большей степени функции художественного образа реализуются в экспозициях, спроектированных *художественными* методами (музейно-образным, образно-сюжетным). Один из ведущих специалистов по проблематике искусства музейной экспозиции, доктор искусствоведения М. Т. Майстровская, называет данное направление экспозиционного дизайна «*сценографическим*». Оно характеризуется активным и открытым построением своеобразного музейного образа. В основе его создания лежит оригинальный концептуальный замысел, а художественное построение является адекватным пластическим воплощением, художественной формой. Экспозиции предполагают наличие концепции и сценария, создаются в русле авангардных форм современного искусства – поп-арта, инсталляции с привлечением специально выполненных произведений. Сценографическому направлению присущи метафоричность, сложность, неоднозначность. Оно развивается в унисон со стилистикой постмодерна в его современном развитии в пластике, дизайне, изобразительном искусстве³.

¹ Поляков Т. П. Музейная колея... С. 71.

² Там же. С. 41.

³ Майстровская М. Т. Музейная экспозиция: тенденции развития // Музейная экспозиция. Теория и практика. Искусство экспозиции. Новые сценарии и концепции: сб. науч. тр. / РИК. М., 1997. С. 7–22.

Резюмируя сказанное, заметим, что научно-популярные экспозиции с присущим им классическим дизайном актуализируют моделирующую, декоративно-эстетизирующую (интерьерную), синтезирующую функции образа; сценографические, напротив, реализуют те интерпретационные, динамизирующие и доминантно-смысловые функции, которые в классических реализуются ограниченно.

Таким образом, поиск образного решения пространства экспозиции обусловлен, прежде всего, выбором методов экспозиционного проектирования. Методы, как мы убедились, выполняют не только смыслообразующую и системообразующую функции, но и существенным образом влияют на формообразование. В идеале художественное проектирование представляет собой совместную работу художника и экспозиционера. Художественная концепция (макет) создается по итогу работы над научной концепцией, эскизные проекты – на основе представления расширенной тематической структуры; вместе с художником отбираются предметы для ТЭП, делаются раскладки экспозиционных комплексов, создаются монтажные листы. Но этот сложившийся порядок организации работы не является догмой и адаптируется каждый раз к типу экспозиции, заданным параметрам финансирования, срокам, составу проектной группы и пр. Вместе с тем, обязательным условием остается взаимопонимание экспозиционера и художника. Разные модели сотрудничества и сложившиеся в области среднего дизайна технологии показывают, что фирма-разработчик дизайн-проекта часто запрашивает *техническое задание* на его разработку. Жесткой формы этого документа не существует, техзадание пишется в свободной форме. Но основные его позиции и часто возникающие вопросы позволяют представить в общем виде структуру этого документа. В приложении 5 приводится пример техзадания из практического пособия по проведению временных выставок Л. П. Виттеборга, специалиста Смитсоновского института (США)¹. Автор этого пособия обращает внимание на «подготовку пакета с ясным изложением ваших идей и информации, четкими указаниями для дизайнера». Он пишет: «Включите общую концептуальную характеристику каждого экспоната, диаграмму экспозиционного

¹ Виттеборг Л. П. Просто замечательная выставка: практическое руководство по проведению временных выставок // Просто замечательная выставка! / сост. Е. Б. Ливанова. М., 1999. С. 11–38.

пространства, описание вашей ведущей темы, целей, сюжетной линии, характеристики тем и тематической конкретики. Если вам предстоит сбор финансовых средств, дизайнер сможет сделать смету расходов для завершения проекта, основываясь на четко составленном проспекте». Разработанная Виттеборгом структура этого «проспекта» – в некотором роде «гибрид» научной документации экспозиции и постановки художественных задач. В приложении 6 можно познакомиться с еще одной примерной схемой технического задания (брифом) на разработку дизайн-проекта.

3.4. Основы выставочного дизайна

3.4.1. Масштабное планирование зала

«Все зрительно безграмотное должно быть неумолимо изгоняемо с выставки...»¹ – писал М. В. Фармаковский, автор одного из первых отечественных трудов, посвященных организации и технике музейной экспозиции. Несмотря на давность создания, основные положения этой работы, так же как и категоричность тезиса, с которого мы начали данный параграф, не потеряли своей злободневности. Кажущаяся легкость исполнения выставки обычно достигается кропотливым исследованием и тщательной подготовительной работой на этапе планирования. Начальные этапы проектирования пространства будущей экспозиции включают в себя:

- анализ выставочного помещения;
- зонирование помещения;
- планирование размещения оборудования;
- определение экспозиционных доминант и пассивных зон;
- планирование маршрута осмотра.

Все принятые решения фиксируются в *масштабном плане зала* – графическом изображении вида сверху с обозначением мест размещения витрин, стендов, подиумов, одиночных экспонатов и групп предметов. В масштабном планировании должна быть учтена логика показа предметов и ряд специальных требований к размещению оборудования. Приведем некоторые из них:

¹ Фармаковский М. В. Техника экспозиции в историко-бытовых музеях. Л.: Изд. Гос. Рус. музея, 1928. 81 с.

– если площадь зала достаточно велика и необходимо помочь посетителю сконцентрировать внимание в определенных пределах, можно поставить перегородки в виде стендов и экранов, которые одновременно увеличат площадь экспозиционных поверхностей;

– если зал имеет форму вытянутого в длину прямоугольника и перспектива его освоения кажется посетителю «бесконечной далью», целесообразно разделить его мобильными стендами-перегородками на расстоянии примерно 720 см;

– размещение оборудования должно обеспечить свободное передвижение посетителей вдоль и вокруг выставочных стендов и витрин, проходы между ними должны быть достаточно широкими (min 120 см), чтобы исключить возможность заторов, а центральный проход должен составлять 2–3 м. При этом надо учесть, что если вдоль стен или вокруг подиумов с экспонатами будут устанавливаться ограничительные барьеры из веревки, дерева или стекла, пространство для передвижения потока посетителей уменьшится, а значит, снизится и уровень безопасности;

– правила размещения витрин связаны с отражательными свойствами стекла. Так, не рекомендуется ставить витрину на подставке прямо под источником верхнего освещения, помещать витрину прямо перед окном или напротив окна, ставить витрины друг против друга, особенно, если они имеют внутреннее освещение.

На масштабном плане зала графически фиксируется *маршрут осмотра* (приложение 8, *e*). Учитывая, что человек, как правило, смотрит, читает и пишет *слева направо*, маршрут осмотра принято планировать именно в таком направлении. Экспериментировать с размещением оборудования и экспонатов на плане, определением маршрута осмотра и точек обзора удобнее всего, размещая шаблоны предметов и объектов на плане в том же масштабе, что и план пола. Эта работа может осуществляться как в ручном, так и в электронном режимах. После многократных прикидок и перемещений этих шаблонов на плане они фиксируются в соответствии с принятым решением. Если посетителям предлагается принудительный маршрут, он указывается с помощью стрелок; если свободное круговое движение, то его возможные направления также фиксируются на плане стрелками. Масштабный план зала дает возможность проконтролировать

эргономические показатели: максимальная загрузка площади пола оборудованием и крупными экспонатами должна составлять 20–30 %, а экспозиционная площадь на одного посетителя в среднем – 3–4 м.

Масштабный план потолка на прозрачном носителе (вид снизу с размещением светильников), выполненный в том же масштабе, что и план зала (вид сверху), позволит соотнести освещение с расположением оборудования и крупных экспозиционных объектов (диорам, реконструкций, макетов) путем наложения этих планов друг на друга.

3.4.2. Размещение работ на вертикальной плоскости

Для размещения плоскостных, двухмерных экспонатов (живописи, графики, плакатов, фотографий) полезно в масштабе выполнить *развертки стен* и отработать группировку предметов, располагая их контурные изображения аналогично технологии разработки масштабного плана зала. Такие раскладки также могут выполняться как в материале (для этого делается профильный план стены в масштабе из бумаги и из бумаги же вырезаются масштабные изображения стендов), так и в электронном варианте (Приложение 8, б–в). Групповое расположение экспонатов тоже должно чередоваться с «паузами» – пустыми местами (варианты различной группировки плоскостных экспонатов и чередования зон предметной насыщенности и пауз – см. приложение 8, з).

В большинстве случаев высота экспозиционного зала достигает 4,2–4,5 м. При развеске необходимо ориентироваться на средний рост зрителя, т. е. горизонтальная ось развески проходит на уровне 140–160 см от пола (Приложение 8, з). Если выставка делается для детей, эту планку необходимо снизить. Высота зрительного пояса составляет примерно 226 см (верхняя граница) и 86 см (нижняя граница). Практически это расстояние между кончиками пальцев поднятой вверх одной руки и опущенной вниз ладонью другой руки. Если высота стен резко контрастирует с размером экспонатов и возникает необходимость в создании более камерной обстановки, можно добавить вторые поверхности в виде стендов, на которые будут крепиться экспонаты (Приложение 8, е–ж). Экспериментально было установлено, что максимальная загрузка зрительного пояса должна составлять 50–60 %.

При развеске плоскостных экспонатов в два ряда и более осмотр планируется *сверху вниз*. Композиция более стабильна и устойчива, если нижняя часть визуальна более тяжелая. При восприятии предметов, находящихся на разных уровнях, предметы в верхней части поля зрения визуальна «тяжелее» равновеликих предметов в нижней части. Для создания устойчивого равновесия в верхней части следует помещать меньшие по размеру работы, либо увеличивать количество пустоты вокруг них. При размещении одинаковых работ верхние будут «давить» на нижние. Зрительное увеличение веса нижней части выполняет роль компенсации.

Вспомним и полезное для проектирования экспозиций «правило правой руки». Человек более активно воспринимает то, что находится в пределах правого визуального поля. Вид справа является более отчетливым. Поэтому в экспозиции правый объект может быть более детальным, чем левый. Поле зрения посетителя составляет конус с углом приблизительно 40° . Это значит, что плоскостные предметы, которые находятся выше уровня зрительного пояса, должны иметь угол отклонения от стены не менее 30° . А двухмерные предметы, которые располагаются в горизонтальных витринах, будут восприниматься лучше, если дно витрин имеет угол наклона в 45° .

Наиболее важные части комплекса лучше сразу размещать там, где они будут выглядеть наиболее эффектно.

Следующий этап проектирования – *выравнивание*. Согласно *закону выравнивания* композиционный баланс и гармония достигаются «выравниванием» объектов по отношению друг к другу с учетом взаимного расположения их осей. У любого объекта композиции подразумеваются шесть осей – две центральные, сверху, снизу и две по бокам. Выравнивание по отношению к этим осям создает группы, что ведет к единству формы композиции. *Краевой* тип выравнивания эффективен при *прямоугольной* или *квадратной* форме объектов. Различные варианты применения краевого типа выравнивания приведены в Приложении 8).

Круг – визуальна наиболее мощная форма. Круглые предметы лучше сразу размещать в центре. Развеску *объектов других форм* тоже удобнее выполнять с помощью *центрального* выравнивания на вертикальной или горизонтальной оси.

2.4.3. Размещение предметов в витринах

Выбор основных приемов показа трехмерных объектов зависит от метода экспозиционного проектирования.

Прием *концентрации* (сгущения) экспонатов характерен для «декоративного» комплекса или музейно-образного построения, когда важно усилить «звучание» темы массивованным показом однотипных предметов.

Прием *линейного показа* является основным в коллекционной экспозиции, предметы в коллекционном комплексе обычно представлены как равноправные участники эволюционного процесса.

Прием *группировки* важен для тематико-иллюстративных выставок, так как им подчеркивается взаимное документирование предметов, поэтому для построения тематического комплекса важно выделение ведущего экспоната-доминанты (цветом, светом, фоном, обрамлением) и субдоминанты; выделение первого и второго планов.

Прием *реконструкции* типичен для ансамблевого метода, которым воссоздается интерьер, среда.

В разных экспозиционных условиях применяются разные приемы, но их использование для конструирования смысловых связей требует еще и знания закономерностей выставочного дизайна.

Предметы в экспозиции могут демонстрироваться как с использованием оборудования (стендов, подиумов, витрин), так и без него (или это оборудование минималистично, например, система развески – приспособления для размещения плоскостных экспонатов на вертикальных поверхностях).

Рассмотрим принципы размещения предметов в витринах, учитывая при этом, что они с полным правом могут быть распространены и на средовые экспозиции. Витрины позволяют выставить трехмерные предметы для обозрения на необходимой высоте, предотвращают кражу экспонатов, защищают их от пыли и насекомых. Размещение предметов в витринах также предварительно планируется на масштабном плане, но масштаб при этом следует увеличить (например, 1:4). Можно экспериментировать и с контурными изображениями предметов в натуральную величину, размещая их в свободном оборудовании. При этом не надо забывать о размещении этикетажа и вспомогательных материалов.

Построение предметного комплекса (музейного натюрморта) начинается с определения и создания центра интереса (композиционного центра) и доминанты композиции. Доминантный объект может привлекать внимание контрастным размером, формой, яркостью цвета, детализацией, либо специальным обрамлением, контрастным фоном.

При создании экспозиций широко применяются принципы композиционного баланса. Например, *симметрия и асимметрия*. *Симметричные* (приблизительно симметричные) композиции, создают ощущение организованности, порядка, статичности, торжественности. Они эмоционально пассивны и декоративны. На линии центральной оси возникает сильное визуальное напряжение. *Асимметрия* дает почти полную творческую свободу, но визуальная тяжесть распределяется вокруг доминанты. Например, большую форму уравнивают несколько меньших форм. Крупный нейтрально окрашенный объект уравнивается объектами меньшего размера, но более насыщенных цветов.

К *специальным правилам* относится рекомендация не размещать на центральной оси более одного предмета, использовать неодинаковое количество предметов (лучше нечетное число), расположенных по обе стороны от центральной вертикальной оси. Например, 8 объектов лучше показать, как 3 с одной стороны и 5 с другой, чем по 4 с каждой стороны. При асимметричном балансе главную роль играет собственное чувство баланса (равновесия) автора композиции. Если внимание распределяется равномерно, баланс есть; если взгляд возвращается к участку, который не является ни областью, ни центром интереса, возможно, что баланса нет.

Особую сложность для демонстрации представляют мелкомасштабные предметы. О том, как повысить их привлекательность различными композиционными приемами, пишет Фармаковский: «Иногда полезно мелкомасштабную вещь поставить на ступеньку выше или выделить ковриком, изолирующим пространство, или скомбинировать группу мелких вещей, как единое целое, составляющее зрительный эквивалент крупной вещи, вообще как-нибудь ее оттенить, чтобы мелкий масштаб усилить особой фиксацией внимания»¹.

¹ Фармаковский М. В. Указ. соч. С. 46.

Художественное разнообразие образа экспозиции достигается введением контрастов, акцентов, доминанты, ритмов, колористических соотношений. Противопоказан экспозиции только хаотичный, ярмарочный характер размещения экспонатов (если, конечно, хаос не является элементом художественной структуры экспозиционного образа, что в большей степени характерно для выставок, создающих образ, атмосферу времени, явления). Выверенная группировка, разреженный показ, гармоничность предметных ансамблей, возможность индивидуального контакта с предметом создают гораздо больший комфорт для осмотра выставки, чем бессистемная ярмарочная раскладка, быстро утомляющая глаз.

3.4.4. Цвет и свет в экспозиции

Цвет является и эмоциональным, и эстетическим элементом выставочного дизайна. Решение этого вопроса лучше полностью доверить художнику, а если нет такой возможности, руководствоваться общими принципами эстетики, физиологии восприятия и эмоционального воздействия цвета.

Для решения общего фона стен предпочтителен нейтральный или близкий к белому оттенок – они обладают высокой отражательной способностью и увеличивают освещенность экспозиции. В окраске помещения и оборудования учитывается ассоциативность цвета – черный, темно-серый цвета могут вызвать мрачное настроение, а красный – бодрое, активное состояние, желтый напоминает о солнечном свете, зеленый – о природе и т. п. Значение имеет не только цвет, но и площадь окрашенных поверхностей. Так, красный и оранжевый цвета, особенно при больших поверхностях, утомляют зрение, а желто-зеленые тона улучшают условия для работы зрения, препятствуют быстрому утомлению глаз.

Преобладающий цвет экспонатов также оказывает влияние на выбор цветовой гаммы. Выставки, на которых демонстрируются старые книги и рукописи, часто используют широкий спектр бежево-коричневых оттенков – от цвета «старой бумаги» до шоколадно-кофейного цвета кожаных переплетов. Для ярких аттрактивных экспонатов выбирают нейтральный фон стен или холста.

Цвет особенно важен для пространственно-композиционных решений, с его помощью выделяются ведущие экспонаты, их смысловое значе-

ние и эмоциональное «звучание». Фоновое решение дает возможность выделить предметы из окружающего пространства: чем ярче выражена разница между предметами и фоном, тем активнее воспринимаются предметы. Колористическая гамма дает возможность связывать тематические разделы общим по тону фоном в единое гармоничное целое или, напротив, противопоставлять их с помощью цветового контраста.

Выставка требует достаточной *освещенности* от потолочных светильников, оконного или внутривитринного освещения или их комбинации. При этом следует исключить воздействие прямых солнечных лучей, которые могут нарушить сохранность экспонируемых предметов. Обычно стремятся использовать не прямой, а боковой скользящий свет и средства защиты от его разрушительного влияния на экспонаты – специальные стекла в потолке и в окнах, фильтры, жалюзи, экраны и занавеси на окнах и витринах. Особо чувствительные к свету экспонаты заменяют копиями или освещают искусственным светом. По возможности применяют такие системы верхнего естественного освещения (и верхне-бокового), которые направляют поток света на стены (при подвесном потолке над центром зала) или же на центральную часть помещения (если она не занята экспонатами).

Несмотря на наличие определенных правил, главным «цензором» при проектировании экспозиции остается природное чувство гармонии и вкус экспозиционера, а поприщем для интересных находок – действия вопреки устоявшимся правилам. Поэтому предварительная раскладка предметов и развеска плоскостных материалов, как правило, корректируются вплоть до момента сдачи выставки «под ключ». Вместе с тем, еще М. В. Фармаковский настойчиво предупреждал об «опасности вкусовщины» – «отражения индивидуальных вкусов устроителей»¹, хотя бы и тонких, изысканных.

Резюме к третьему разделу:

В третьем разделе пособия были рассмотрены основные технологии музейно-выставочного проектирования, результатом которого является создание проектной документации – научной, художественной и технорабочей. Процесс проектирования включает несколько этапов. На *подгото-*

¹ Фармаковский М. В. Указ. соч. С. 52.

вительном этапе разрабатывается тема будущей выставки, определяется время и место ее проведения, выявляется предполагаемый предметный ряд или источники и формы его комплектования, утверждается состав рабочей группы, решаются вопросы финансирования.

Следующий – **теоретический** – этап посвящен разработке научной документации. Она включает в себя:

– *научную концепцию*, которая содержит обоснование актуальности, цели, задач будущей выставки, научную проработку темы, характеристику целевых групп, методов экспозиционного проектирования, источниковой базы, особенностей экспозиционного пространства и его схему с указанием маршрута перемещения потока посетителей;

– *расширенную тематическую структуру*, в которой фиксируется деление будущей экспозиции на разделы, темы, экспозиционные комплексы, дается краткая характеристика их содержания и обобщенный перечень предполагаемых экспонатов;

– *тематико-экспозиционный план* – таблица, в которой перечень всех экспонатов будущей выставки систематизирован в соответствии с ее структурой и каждый предмет сопровождается набором необходимых характеристик – атрибуционными данными, указанием на подлинность, размеры, материал, учетные сведения;

– *сценарий* – документ, в котором научный замысел перерабатывается в драматургическое повествование. Создается в том случае, если проектирование экспозиции осуществляется образными методами.

На этапе разработки научной документации экспозиционер готовит техническое задание на художественное проектирование выставки. Задачи художника определяются в зависимости от функций художественного образа в будущей экспозиции. Перед художником научно-популярных экспозиций, прежде всего, ставится задача создания комфортных условий для визуального восприятия предметного ряда. Такие экспозиции тяготеют к классическому музейному дизайну. Более интенсивно функции художественного образа реализуются в синтетических экспозициях, спроектированных художественными методами. Они тяготеют к «сценографическому» экспозиционному дизайну, выполняющему моделирующую, интерпретирующую, доминантно-смысловую и другие функции.

Третий этап – *художественное* проектирование – направлен на создание экспозиционного ансамбля в среде экспозиции в целях оптимального освоения ее содержания посетителями музея. Он также предполагает создание пакета проектных документов. В его состав входят:

– *художественная концепция экспозиции* – документ, содержащий основные представления о художественно-образном решении будущей экспозиции в форме текста и художественного проекта (макета, 3D-модели, анимационного ролика);

– *эскизные проекты* – чертежи, макеты, аппликации экспозиционных пространств, которые окончательно фиксируют зонирование зала и маршрут осмотра экспозиции; размещение ведущих экспонатов, методы их показа, расстановку экспозиционного оборудования; цветовое решение и освещение залов;

– *технорабочий проект* – комплекс документов, на основе которых осуществляется монтаж экспозиции. В состав технорабочей документации входят чертежи оборудования, систем освещения и крепежа экспонатов.

Технологии выставочного дизайна входят в состав художественного проектирования. На основе принципов выставочного дизайна осуществляется масштабное планирование зала, размещение работ на вертикальной плоскости и предметов в витринах, применение света и цвета в экспозиции, разрабатывается дизайн-концепция инфографики, методы крепежа экспонатов. Дизайнерские решения фиксируются в эскизах и монтажных листах.

Далее следует этап *реализации* проекта. Он включает в себя:

– *подготовку предметного ряда* (выявление и доставку предметов, в случае необходимости – их реставрацию и поновление, проведение конкурсов творческих работ и отбор произведений для экспонирования, оформление документации временного хранения предметов и пр.);

– *художественно-технические работы* (оформление фото и художественных произведений в паспарту, изготовление копий, муляжей, декораций, изготовление информационных материалов и оформление этикетки, монтаж и клининг оборудования и пр.);

– *предварительную раскладку* – предварительное размещение экспонатов в оборудовании в соответствии с проектной документацией, про-

верку экспозиции на композиционный баланс, комфортность и безопасность для потоков посетителей;

– *монтаж* экспозиции – внесение необходимых корректировок, итоговая сборка экспозиции, фиксация предметов, сдача выставки «под ключ»;

– реализацию *маркетинговой программы*, прием посетителей, *предоставление выставочных услуг*.

Вопросы:

1. Каковы основные особенности выставочного менеджмента и этапы работы над выставкой?

2. Что такое научная концепция экспозиции? Какова ее структура и технология разработки?

3. Что такое расширенная тематическая структура экспозиции? Какова ее структура и технология разработки?

4. Что такое тематико-экспозиционный план экспозиции? Какова ее структура и технология разработки?

5. Каковы основные технологии отбора предметов для выставки?

6. Что такое сценарий музейной экспозиции?

7. Каковы функции художественного образа, а также роль и значение художника в разработке выставочного проекта?

8. В чем заключается сущность художественного проектирования экспозиции?

9. Что такое техническое задание на разработку художественного проекта? Каковы требования к его составлению?

Задания для базового уровня изучения дисциплины:

1. Выполните предварительную раскладку плоскостных экспонатов согласно принципу выравнивания.

2. Выполните построение предметного комплекса. Проанализируйте приемы композиционного баланса.

Задания для продвинутого уровня изучения дисциплины:

1. Проанализируйте функции художественного образа на примере экспозиции, изученной вами *de visu*, или с помощью аналитической статьи из профессиональной периодики (журналы «Музей», «Мир музея») (см. сб. «Музейные сценарии», публикации журналов «Музей», «Мир музея»).

2. Составьте блок-схемы процессов этапа реализации проекта и монтажа выставки (по аналогии с предложенной в данном разделе блок-схемой теоретического этапа).

3. Выполните рецензию на экспозицию, изученную вами *de visu*, или с помощью аналитической статьи из профессиональной периодики (журналы «Музей», «Мир музея») по предложенному плану (см. Приложение 10).

Рекомендуемая литература:

1. Андреева, И. В. Искусство экспозиционного комплекса : новые тенденции в экспозиционной деятельности музеев исторического профиля / И. В. Андреева // ПРО-ФИ. Вып. 2: Музейное дело : служеб. и норматив. материалы, метод. рекомендации. – Челябинск, 2007. – С. 169–179.
2. Выставочная работа в естественно-научном музее / Государственный Дарвиновский музей. – Москва, 2002. – Вып. 5. – 136 с., ил.
3. Дукельский, В. Ю. Проектирование музейной экспозиции / В. Ю. Дукельский // Музейное проектирование / Рос. ин-т культурологии; сост. А. В. Лебедев. – Москва, 2009. – Режим доступа: http://www.future.museum.ru/lmp/books/archive/Mus_Proj.pdf.
4. Куратор или экспозиционер? [Интервью с З. Трегуловой] // Музей. – 2015. – № 10. – С. 16.
5. Лоренц, Я. Дизайн выставок: практическое руководство / Ян Лоренц, Ли Сколник, Крейг Бергер; пер. с англ. П. В. Кодолова. – Москва: АСТ; Астрель, 2008. – 256 с.
6. Музей и художник : материалы конф. музейных работников России и выездного семинара Интермузея – 2001. Москва, май-июнь 2001 г. / Гос. центр. музей современной истории России. – Москва, 2002. – 120 с., ил.
7. Музейная экспозиция: Теория и практика. Новые сценарии и концепции: сборник научных трудов [Электронный ресурс]. – Москва, 1997. – 216 с. – Режим доступа: http://www.museum.ru/future/lmp/books/archive/Mus_Expo.pdf.
8. Музейные сценарии / Российский институт культурологии. Серия электронных изданий MYSEUM PRO. Вып. 30. – Москва, 1997. – Режим доступа: http://www.museum.ru/future/lmp/web/archive/m-pro_3.pdf.
9. Общероссийский музейно-выставочный проект «История России XX века в музеях». Концепции выставок / Госуд. Центр. музей современной истории России. – Москва, 2007. – 156 с.
10. Ольшевская, Г. К. Концепция экспозиции и методика ее создания / Г. К. Ольшевская // Проблемы теории, истории и методики музейной работы / Музей революции. – Москва, 1995. – С. 51–65.
11. Проблемы научного проектирования экспозиции и изучения музейных коллекций. Вып. 1. Часть 1. / Гос. Центр. музей современной истории России. – Москва, 2004. – 423 с.
12. Просто замечательная выставка! / Эколого-просветительский центр «Заповедники»; сост. Е. Б. Ливанова. – Москва, 1999. – 50 с., ил.
13. Словарь актуальных музейных терминов // Музей. – 2009. – № 5. – С. 47–68.

4. ПРОЕКТИРОВАНИЕ СПЕЦИАЛЬНЫХ СРЕДСТВ ВЫСТАВОЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ

4.1. Информационное сопровождение выставки

Проектирование системы информационного сопровождения – одна из острых проблем современных выставочных практик. Как организовать эффективную выставочную навигацию? Как найти оптимальное соотношение предметной и вербальной информации? Какие формы, виды информации и стиль экспозиционного текста наиболее предпочтительны для разных групп посетителей? Нужен ли вообще музейным предметам текстовый комментарий, или посетителю необходимо предоставить полную свободу интерпретации? Музейная наука до сих пор не знает ответов на эти и подобные им вопросы, а практика развивается путем проб и ошибок. Ясно одно: усиление медийных и ослабление дидактических позиций музея требует нового взгляда на проблему, и суть его в том, что *современная экспозиция должна строиться в расчете не на устный комментарий и ее посещение с экскурсоводом, а на свободный выбор посетителя.*

Коллективные формы посещения экспозиции, как правило, рассчитанные на усредненный уровень и подачу, перестали быть основной моделью коммуникации. Среди современных посетителей немало людей, мотивированных к общению с искусством и историческим прошлым. Они стремятся к собственному впечатлению и получению информации, соответствующей их потребностям. Все это говорит о том, что вместе с кураторами, экспозиционерами, дизайнерами над выставкой должны работать музейные педагоги и маркетологи, а результатом их совместного творчества должны быть разные модели коммуникации, которые создаются в расчете на индивидуальную свободу посетителя и потребности конкретных целевых групп. К сожалению, еще не пришло время говорить о дифференциации и специфике этих моделей. Поэтому содержание данного параграфа ориентируется, с одной стороны, на сложившиеся подходы, с другой – стремится опереться на факты инновационной практики.

Традиционно информационная система экспозиции включает три основных уровня. Это:

- Навигация – средства пространственного ориентирования в экспозиции;
- Тексты в экспозиции – средства ориентирования в структуре, тематике и общем содержании экспозиции;
- Этикетаж – средства интерпретации музейных предметов в экспозиции.

4.1.1. Навигация в экспозиции

Выставочную навигацию образует система средств пространственного ориентирования – планы размещения экспозиционных залов, рекомендуемый маршрут осмотра, графические и текстовые указатели.

План-схема экспозиции с указанием тематических разделов, названиями и нумерацией экспозиционных комплексов, мест отдыха и маршрута осмотра помещают на информационной панели у входа в отдельный зал, предлагают в форме буклетов и листовок, терминалов, электронных схем и приложений, которые можно загрузить в индивидуальное мобильное устройство. Для стационарных экспозиций крупных музеев создаются поэтажные планы, желательно, в 3D-изображении и в качественном полиграфическом исполнении. Планы экспозиции – одно из средств дифференцированного подхода. В них может быть отражено местонахождение произведений-шедевров или наиболее аттрактивных и уникальных экспонатов. Это помогает решить задачи обзорного знакомства, которые, как правило, ставят перед собой посетители-туристы. Другие задачи – у «обучающих гидов» – планов-путеводителей, которые прокладывают *тематические маршруты*, снабжая их вопросами и заданиями. Они, как правило, адресованы детям и предполагают участие всей семьи в познавательном путешествии по выставке.

Ориентация в топографии выставки или музея в целом осуществляется с помощью *указательных знаков*. Функционал *указательных знаков* связан с системой гостевого менеджмента и безопасности – они сообщают, где находится гардероб, музейное кафе, магазин, туалет, запасной выход. Стрелки на стенах, на полу, пунктирные метки¹, стрелки, парящие в сво-

¹ Дизайн навигации может быть частью художественной концепции выставки. Например, на выставке «Булгаков VS Маяковского» (г. Москва, «На Шаболовке», 2016)

бодном пространстве, указывают направление движения и последовательность осмотра экспозиции. Стандартные формулировки «Начало осмотра», «Продолжение осмотра» сегодня нередко заменяются указателями с названиями разделов или изображениями ведущих экспонатов. В последнее время в число типовых указательных знаков вошли «Аудиогид» и «Мобильное приложение».

Предупредительные знаки – регуляторы музейного поведения посетителей – информируют об определенных ограничениях, предусмотренных правилами внутреннего распорядка. Они сообщают о запрете на телефонные разговоры в экспозиционных залах, о необходимости оставить крупногабаритную ручную кладь в камере хранения, о невозможности посещения музея с домашними животными, исключают употребление какой-либо еды (кофе, мороженое), предупреждают, что нельзя трогать экспонаты руками и фотографировать музейные предметы со вспышкой.

Знаки-«подсказки» – маркеры маршрутов для разных целевых групп. Как правило, они являются частью образовательной программы и непосредственно связаны с «обучающими гидами». Знаки-подсказки включают узнаваемый графический символ программы, тексты эвристических заданий или объясняющие комментарии, схематичные изображения предметов, которые помогают сравнивать, находить общее и различия.

4.1.2. Виды и технология проектирования текстов в экспозиции

Необходимость вербального сопровождения экспозиции обусловлена наличием двух уровней коммуникативности предмета-экспоната. Первый характеризует информацию, которая воспринимается визуально – это внешние признаки предмета. Второй – уровень значений, с их помощью формируются визуальные «сообщения». Скрытая от непосредственного восприятия информация является результатом подготовительной исследовательской работы, на выставке она представляется с помощью методов

навигация зала, лейтмотивом которого стала бильярдная партия, была проложена пунктирными линиями, имитирующими следы мела. А на выставке «Волшебный свет Салафиила. Светоживопись П. Голубтникова» (г. Нижний Тагил, Музей изобразительных искусств) навигацией служат светящиеся дорожки светодиодных лампочек.

проектирования, приемов группировки предметов, средств экспозиционного дизайна. Однако все это – компоненты условного языка экспозиции, а возможности его восприятия посетителями могут быть довольно ограниченными. Это объясняет необходимость *прикладной модели коммуникации со зрителем* в виде системы экспозиционных текстов.

Современные справочные издания определяют тексты в экспозиции как **особую группу вспомогательных экспозиционных материалов, объединяющую совокупность пояснительных надписей к экспонатам, экспозиционным комплексам, тематическим разделам, экспозиции в целом.** Система текстов разрабатывается в процессе проектирования экспозиции с целью интерпретации экспозиционных материалов при помощи слова. Проектирование текстов – очень важный аспект заботы о посетителе, так как чтение в пространстве музея (на ходу или стоя) требует гораздо больших усилий, чем в комфортных условиях работы с печатным изданием или электронным гаджетом. В современных экспозициях вербализация смыслов может осуществляться посредством *письменной, устной информации и информационных технических систем.* Текст может воспроизводиться в печатном, звуковом и экранном вариантах (который может сочетать печатный и звуковой текст с картинкой). Тексты, не будучи экспонатами, являются *вспомогательным элементом экспозиции, выступают в служебной функции* и занимают *подчинённое положение* по отношению к музейному предмету.

Универсальных для всех музеев и видов выставок правил составления текстов не существует. Вместе с тем, некоторых *общих принципов*¹ необходимо придерживаться. Прокомментируем их.

– *Принцип концептуального единства* предполагает, что вся совокупность текстов выставки образует целостную систему – вербализацию идей, сюжета выставки, тематической конкретики.

– *Принцип дифференциации* требует учета потребностей и уровня восприятия экспозиции разными целевыми группами посетителей. Невозможно составить универсальные тексты: для «всех» – значит ни для кого.

Зарубежные авторы призывают изучать посетителя на всех этапах проектирования. Перед тем как начать разрабатывать экспозиционные тексты, они советуют ответить на следующие вопросы: кто наша аудитория;

¹ См.: Сеницына О. В. Навигация как часть музейного сервиса // Музей. 2012. № 4. С. 4–10.

что мы хотим рассказать посетителям; в чем уникальность этого места/предмета/события; чем посетители хотели бы заняться и как мы можем помочь им в этом; что сделает пребывание посетителя комфортным; какие ограничения существуют? Тексты, ориентированные на массового посетителя требуют ясности, однозначности, доступности; тексты для посетителя-интеллектуала – большей информативности, сложности и глубины интерпретации темы; тексты для детей – дозированной информации и игровой подачи. Это, конечно, не значит, что по одному и тому же поводу необходимо создавать несколько информационных панелей. В экспозиции достаточно разместить ознакомительный вариант информации, а, например, материалы для углубления в тему предложить в виде электронной базы данных, представленной в сенсорном киоске, или мобильного приложения. Детские образовательные программы, как уже было сказано, с успехом реализуются в форме «обучающих гидов», указателей-подсказок и специальных детских этикеток, которые ориентируются на самые распространенные детские вопросы: что это; как/из чего это сделано; как это используется/что с его помощью можно сделать; как это работает/живет; что можно сказать интересного об этом предмете/животном/месте, в чем его уникальность; какое отношение это имеет ко мне?¹

– *Принцип стратификации* предполагает, что многоуровневый характер текстов дает четкие ориентиры в структуре выставки, подчеркивает иерархию тем, степень важности информации. Каждая группа текстов (оглавление, ведущие, объяснительные) должна визуально ориентировать в структуре экспозиции, для чего иметь отличный от других групп шрифт и размер.

– *Принцип взаимосвязи объекта и текста* характеризует экспозиционную оправданность предмета. Комментарий к выставке, разделу, витрине, предмету не должен быть отвлеченным рассуждением «на тему». Текст и предмет должны быть пространственно объединены и связаны друг с другом визуально и содержательно, так как посетитель, как правило, сначала фокусируется на тексте, а затем обращает внимание на экспонат.

– *Принцип лаконичности и структурированности*. Известно, что чем больше текстов в экспозиции, тем меньше шансов, что они будут прочитаны посетителями. Текстовая информация дозируется по принципу необходимо-

¹ Ориентировочный вопросник см.: Остановись и прочитай // Музей. 2015. № 12. С. 64.

сти и достаточности, она требует сочетания безупречности научного содержания с точностью и предельной краткостью формулировок, лаконичного и выразительного изложения в публицистически-популяризаторском ключе.

– *Принцип визуальной привлекательности.* Принципы оформления и размещения текстов в экспозиции определяются на этапе художественного проектирования. Тексты должны быть стилистически согласованы между собой и с другими экспозиционными материалами, должны выступать как органическая часть архитектурно-художественного решения экспозиции. Дизайн текстов должен обеспечить их удобочитаемость и органичную включенность в выставочное пространство. Соблюдая стилевое единство, следует избегать монотонности в оформлении текстов. Вводя разнообразие, не допускать пестроты. В образно-художественных экспозициях текст становится элементом художественной структуры образа. Не следует использовать шрифты, которые плохо читаются, например, стилизованные под старину или готику, шрифт, искусственно вытянутый или растянутый в графическом редакторе, набранный только заглавными буквами или курсивом.

Согласно принципу стратификации система текстов должна ориентировать в структуре выставки, поэтому тексты в экспозиции выполняют разные функции. В связи с этим различают несколько *видов* текстов.

Тексты оглаводительные (заглавные, тексты-заголовки) способствуют чёткому разделению экспозиции на составные элементы. Система оглаводительных текстов отражает общую структуру экспозиции:

- название экспозиции в целом;
- названия рубрик – разделов экспозиции, подтем (подразделов);
- названия экспозиционных комплексов (групповых этикеток).

Название экспозиции – первое условие ее успешности. Оно должно быть сформулировано так, чтобы посетитель понял тему и основное содержание экспозиции. *Ключевые слова* в формулировке названия и ассоциации с ними выступают для посетителя средствами ориентировки в теме. Название выполняет маркетинговую функцию привлечения внимания, мотивации к посещению выставки. Директор Государственного Дарвиновского музея (г. Москва), доктор педагогических наук А. И. Клюкина, приводит в одной из своих статей такой эпизод:

«Шереметьевская таможня передала в музей конфискованные изделия из крокодиловой и змеиной кожи, а также поделки из костей и бивней животных. Сделали выставку всего в двух витринах под названием “Сокровища контрабандистов”, эту выставку отсняли и показали все московские телевизионные каналы и написали о ней практически все московские газеты. Эта акция привлекла множество посетителей, которые без этой “зазывалочки”, может, никогда бы и не пришли в музей. Люди приходят, сразу спрашивают, где здесь сокровища контрабандистов, а потом с удовольствием ходят по музею, а подчас становятся его постоянными посетителями»¹.

Стилистика названия отражает характер экспозиции: стационарные экспозиции тяготеют к *строгим, деловым*, конкретным формулировкам, например: «Природа и древняя история края», «XX век». Такой подход предпочитают и авторы классических выставок: «Православная деревянная скульптура XVII – XIX веков», «Сибирские реликвии», «Челябинск. 100 лет искусства», «Княгиня Мария Тенишева в зеркале Серебряного века»...

Для выставок в большей степени характерны *метафорические, литературные названия*: «Золото. Металл богов и царь металлов», «Не боги горшки обжигают», «Фотограф щелкает, и птичка вылетает»... Заголовок может быть узнаваемым афоризмом, цитатой. В таком случае при его написании обязательны кавычки. Особенно привлекательной для, прежде всего, молодой публики, являются выставки и поэтика заголовка, основанная на парадоксе или популярных увлечениях. Например, лондонская галерея Саатчи (Saatchi Gallery) в марте 2017 г. провела выставку «От селфи к самовыражению», в которой демонстрировались как автопортреты всемирно известных художников (в том числе Рембрандта и Ван Гога), так и селфи знаменитостей, а также наиболее яркие цифровые автопортреты победителей конкурса селфи в соцсетях². Интригующий заголовок может быть построен на игре слов, метафоре, аллитерации, юморе, провокационном вопросе. Заголовок, несущий информацию о человеке или сообщающий об опасности, привлекает больше внимания в сравнении с информационно нейтральным вариантом (сравните, например, два варианта названия одной выставки: «Несъедобные грибы» и «Осторожно! Ядовитые грибы!»).

¹ Просто замечательная выставка! С. 9–10.

² [За рубежом] // Музей. 2017. № 1. С. 47.

Если метафора многозначна, она расшифровывается в *подзаголовке*. Приведем несколько примеров метафорических названий музейных выставок:

- «Праздник на столе. *Столовая посуда конца XIX–XX веков*»;
- «“За любовь и верность”. *Фрейлины и кавалерственные дамы*»;
- «Линия любви. *Эротизм в творчестве великих мастеров XX века*»;
- «Домашний очаг. *Художественное печное литье*»;
- «“Время выбрало нас...” *Афганская война. 1979–1989*»;
- «Coats! *Мах Мара: 60 лет итальянской моды*»;
- «“Куда Король пешком ходил”. *Гигиена в контексте истории*».

Названия рубрик – разделов, подразделов и тематических комплексов формулируются максимально конкретно и лаконично. Они могут сохранять литературную специфику, если она органична теме и ясно и четко раскрывает содержание. В противном случае ей лучше предпочесть строгое деловое название.

Введение в экспозицию оглаводительных текстов не означает, конечно, что система заголовков на выставке должна полностью воспроизводить дробную структуру ТЭПа. Достаточно озаглавить те структурные блоки, которые важны для понимания посетителем общей структуры выставки и ее логики. При этом ориентирующую функцию выполняют не только смысл и поэтика заголовка, но и его шрифтовое решение – тип оформления (размер, шрифт, цвет), который должен различаться для разных структурных уровней выставки. Оглаводительные тексты должны быть крупнее, чем все остальные. Шрифт заголовков разделов не должен превышать размер шрифта заголовка выставки, но должен быть больше, чем шрифт текстов-аннотаций и этикетаж. Размер шрифта зависит от расстояния, на котором находится читатель. В Приложение 9 помещена таблица зависимости размеров шрифта экспозиционных текстов разных видов от расстояния между читающим и текстовой панелью. Поэтому заголовок всей экспозиции или выставки представлен, как правило, специальным баннером или афишей; заголовки разделов и подтем – единым информационным блоком с текстом-аннотацией к разделам, а названия экспозиционных комплексов могут выступать в качестве общего заголовка для групповой этикетки. Излишне говорить, что нежелательно изменять размер шрифта в системе текстов од-

ного вида. Текст заголовка разбивается на строки не механически, а по смыслу. Лишь в виде исключения допускаются переносы.

Тексты ведущие – цитаты из различных источников, которые в емкой, концентрированной форме выражают содержательную, смысловую и идейную направленность всей экспозиции или ее отдельных разделов и тем. Ведущий текст аналогичен эпиграфу и не всегда используется в экспозиции. В качестве ведущих текстов могут использоваться материалы, имеющие ярко выраженный личностный характер – отрывки из воспоминаний, писем, дневников, записей авторов экспонируемых произведений искусства, их современников, критиков, искусствоведов и др. Цитата должна непосредственно относиться к содержанию данной темы. В оформлении ведущих текстов соблюдаются общие правила оформления цитат – фрагмент текста заключается в кавычки; если допускаются купюры, то используется знак многоточия; дается ссылка на автора с указанием полных (если необходимо) инициалов и дат жизни, датировка высказывания, а, в случае значимости источника – его выходные данные.

В некоторых случаях, например, в мемориально-биографических выставках, образно-сюжетных экспозициях, ведущие тексты могут выполнять функцию оглавительных. В таких экспозициях краткие и выразительные тексты-цитаты создают иллюзию повествования «от первого лица» и берут на себя функцию основного комментария. Ведущие тексты непосредственно входят в структуру экспозиционного образа и относятся не только к информационной системе экспозиции, но и к средствам функционально-декоративного оформления.

Оглавительные тексты (заголовки) должны привлечь внимание к тематической структуре. Исследования показывают, что редкие посетители читают экспозиционные тексты в полном объеме, но практически все читают заголовки. Поэтому в экспозиции важно подобрать для них такое место, чтобы посетитель сразу их увидел. Ведущий текст, охватывающий содержание всего зала, помещается в начале экспозиции на видном месте. Ведущие тексты к разделам или комплексам размещаются рядом с ними.

Текст-аннотация (объяснительный, пояснительный, экспликация) – краткий очерк-комментарий к экспозиции в целом, отдельным разделам, комплексам, экспонатам. Он содержит информацию, дополняющую восприятие

экспонатов, помогает посетителю включить конкретные экспозиционные материалы в исторический контекст, уяснить экспозиционный замысел. Вводные тексты к экспозиции, разделу, комплексу, экспонату отличаются степенью детализации темы и замысла экспозиции. Например, на выставке «Сибирские реликвии» (г. Тюмень) текст-аннотация *ко всей экспозиции* содержал характеристику языковых групп народов Тюменской области, акцентировал внимание на богатстве культур народов Сибири и их реликвиях, имеющих общенациональное значение. Текст к *разделам* выставки отмечал особенности и достоинства национальных реликвий в религии, духовной жизни, истории и культуре каждой группы народов в отдельности.

Аннотация к *экспозиционному комплексу* должна помочь посетителю воспринять его как целое, как часть темы или раздела и одновременно помочь понять в нём место каждого экспоната. Аннотация к *экспонату* входит в состав этикетки на правах дополнительных сведений и интерпретирует предмет в контексте темы или раздела (рис. 2).

Интерьер храма с купелью

В. Ауман

Германия. XVII в.

Холст, масло

Согласно толкованиям христианских богословов, прямоугольный в большинстве случаев в западной и восточной традициях план храма объясняется формой Ноева ковчега. Прямоугольный план христианских храмов воспринимался как символ корабля и спасающей роли Церкви. Это символ плывущей по волнам житейского моря и ведомой Церковью души. В неразрывной связи с этими символическими толкованиями появилось слово неф (от лат. *navis* – «корабль»), обозначающее центральное, образованное двумя рядами колонн, вытянутое к алтарю пространство храма. Совершаемый верующим путь от входа в храм к алтарю получил символическое толкование плавания по бурному житейскому морю из мира дольного к горнему Иерусалиму.

Рис. 2. Этикетка на экспонат, в состав которой входит аннотация (передвижная выставка «Водная стихия в религиях мира», Государственный музей истории религии, г. Санкт-Петербург).

Разработка экспозиционных текстов требует не только высокой научной компетентности, объективности и корректности в оценках; знания особенностей зрительской аудитории, ее интересов, потребностей и уровня подготовки, но и хорошего чувства языка и стиля, литературно-публицистического таланта. В зависимости от темы выставки, ее общего пафоса, адресата тексты-аннотации могут представлять собой краткие деловые статьи справочного характера, научно-популярные очерки малой формы или литературно-публицистические эссе. В любом случае в них не следует злоупотреблять научной и специальной терминологией, субъективными оценками, обилием вводных предложений, причастных и деепричастных оборотов, стилистическими изысками. Они должны быть хорошо структурированы, корректны, в них предпочтительны короткие, простые предложения. В аннотациях используются разнообразные лексико-грамматические конструкции: обобщение, уточнение, характеристика, описание, сравнение, аргументация, вывод. Информация лучше усваивается, если она увязывается с чем-то знакомым, поэтому полезно применение аналогий и метафор. При составлении текстов-аннотаций также полезно практиковать предварительные ответы на вопросы типа: если бы я был зрителем, что бы я хотел знать об этом экспонате; что это; как это использовалось; кто мог этим пользоваться; почему это находится здесь?

Восприятию длинного текста помогает его разбивка на абзацы или «порционность» – формирование единых блоков текста и иллюстрации, пофрагментно раскрывающих тему. Как пишут зарубежные коллеги, «чтение должно быть легким, а содержание очень интересным». Зрители готовы потратить на чтение не более 10 секунд и, как правило, читают избирательно те куски, которые кажутся интересными или привлекательными. Рекомендованный объем текста – от 40 до 90, но не более 150 слов. Длина строки должна быть 40–65 знаков, включая пробелы (это около 8–10 слов)¹. В текстах-аннотациях могут использоваться курсив, полужирный шрифт. В оформлении текстов рекомендуется выравнивание по левому краю. Полезно учитывать и общие правила верстки печатных изданий. Многообразием приемов печатной графики злоупотреблять не рекомендуется, а вот единообразие применения этих приемов обязательно.

¹ См.: Остановись и прочитай. С. 61–62.

В выставках для детей тексты-аннотации могут быть с успехом заменены комиксами. В текстах инструктивного характера (о том, что зрителю делать с полученной информацией на выставке и дома) используются инструктивные глаголы (подумай, сравни, понаблюдай, нажми, потрогай), местоимения от второго лица, диалоги, юмор, провокационные вопросы.

Серьезные ограничения в объеме вербальной информации на выставке не исключают возможности удовлетворения потребностей продвинутого посетителя, который мотивирован к более серьезному погружению в тему. К его услугам могут быть предоставлены печатные путеводители, терминалы и информационные сервисы, научно-популярные фильмы.

4.1.3. Этикетаж

Этикетка – комплекс основных сведений об экспонате, особым образом отобранных, структурированных и представленных в экспозиции. Совокупность этикеток к экспонатам выставки называется *этикетажем*.

Культура этикетажа – один из критериев оценки профессионализма музейно-выставочной организации. Музеи придают большое значение единообразию правил составления и оформления этикеток, и в рамках менеджмента качества нередко разрабатывают внутренние положения и инструктивно-методические материалы, регламентирующие основные требования к разработке этикетажа¹.

Объектом этикетирования является экспонат. Из обширной и многообразной истории предмета для экспозиции необходимо отобрать минимум самых важных для темы экспозиции и зрителей сведений. Поэтому разработка авторского этикетажа – длительный и трудоемкий процесс, часто требующий дополнительного исследования, консультаций со специалистами, коллегиальных решений, рецензирования и неоднократного редактирования. Этикетаж, как и другие тексты, готовится авторами экспозиции в ходе её научного проектирования. Основными источниками составления этикетажа являются:

– фондовая документация (учётные документы, книги поступлений, фондовые каталоги, карточки научного описания музейных предметов);

¹ При написании данного параграфа были использованы подобные документы и методические материалы ГЦМСИР, Музейного комплекса им. И. Я. Словцова (г. Тюмень), Нижнетагильского музея изобразительных искусств.

– картотеки по теме экспозиции, составленные авторами экспозиции в процессе её подготовки;

– специальная литература по профилю выставки, справочники, определители, каталоги музейных коллекций и выставок и т. п.

Суммируя единые, обязательные для всех музеев требования, предъявляемые к этикеткам, можно сформулировать ряд тезисов. Это:

– обязательное соответствие теме, содержанию экспозиции;

– доступность для всех категорий посетителей;

– объективность, т. е. корректная, безоценочная ссылка на события, явления, лица;

– чёткость, однозначность, ясность;

– лаконизм – изложение материала кратко, но ёмко с учётом того, что чрезмерная краткость не может быть оправдана, так как музейный посетитель нуждается в подробных сведениях об экспонате. Этикетки не должны быть громоздкими;

– более полный словесный комментарий необходим тем экспонатам, которые не обладают ярко выраженной аттрактивностью. Экспонаты, которые имеют особую ценность, но не обладают внешней привлекательностью, должны иметь более развернутую аннотацию;

– в изложении содержания и оформлении этикеток используется единый стиль, согласующийся с другими экспозиционными материалами;

– при составлении этикетажа должен быть использован литературный язык.

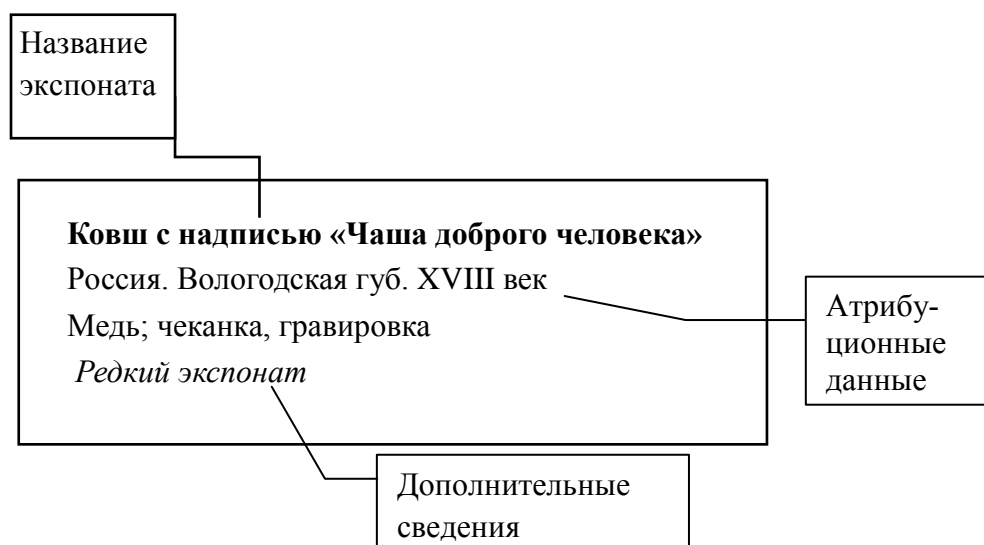


Рис. 3. Структура этикетки на выставочный экспонат

Структура этикетки на выставочный экспонат представлена на рис. 3. В этикетке выделяются три информационных блока (поля определения предмета) – название экспоната, атрибуционные данные и дополнительные сведения. Каждый из трех информационных блоков этикетки выделяется в отдельную строку (или несколько строк). Точки в конце строк не ставятся, если только строчка не заканчивается сокращением (например, в. – век, г. – год).

Рассмотрим основные правила разработки каждого блока этикетки.

Название экспоната. Название экспоната *не является фактическим наименованием музейного предмета*. В зависимости от целей экспозиции, от тематической направленности раздела или комплекса, название (в сравнении с наименованием) будет корректироваться, к определяющему слову будут добавляться дополнительные уточняющие слова. В формулировке названия предмета учитывается, прежде всего, тема, которая должна быть раскрыта с его помощью. Например, один и тот же *стол* в мемориальной экспозиции будет именоваться «*Стол из кабинета писателя*», в экспозиции ДПИ – «*Стол производства Абрамцевской мастерской*», а на выставке эколого-производственного профиля – «*Стол из карельской березы*».

В название экспоната включается:

1. Типологическое определение предмета (ваза, письмо, медаль, икона).
2. Видовое определение, поясняющее название предмета (стол из красного дерева, платье сценическое).
3. Указание на принадлежность предмета лицу или группе лиц, организации (*Золотая медаль Н. К. Сергеевой, выпускницы средней школы № 50*). Сведения о лицах располагаются в следующем порядке:

- инициалы, фамилия лица;
- воинское звание (у военных, ветеранов);
- должность или род занятий;
- отношение к отраженным в экспозиции событиям:

Мандат Н. Ю. Орлова, художественного руководителя Челябинского академического театра драмы (1987–2003), делегата XXVI съезда КПСС.

В этикетках к предметам, разновидность которых понятна (книга, плакат), указания на нее опускаются. Малоизвестное название предмета в этикетке желательно сопроводить пояснением, например: «*Бурак – берестяной короб с крышкой*». Название типового предмета, имеющего инди-

видуальные особенности, также может включать уточняющую информацию, подобно приведенному выше примеру «Ковш с надписью «Чаша доброго человека». В формулировке названия определяющее слово желательно выносить на первое место, если это не противоречит устойчивым формам языка. То есть, например, «Платок носовой дамский», а не наоборот. Для биологических объектов кроме русского приводится видовое название на латинском языке. В крупных музеях текст этикетаж, аннотаций и заголовков дублируется на иностранных языках (англ.) или на национальном языке (в музеях национальных центров).

Относительно названия предмета в *этикетке к художественным произведениям и фотографиям* тоже есть свои нюансы. В *художественных экспозициях* текст этикетки к произведениям искусства начинают с указания автора. В именах собственных на первом месте приводятся инициалы, а затем – фамилия. Если позволяют размер и композиция этикетки, инициалы могут быть приведены полностью, а также могут быть указаны годы жизни художника.

Художественные произведения и произведения декоративно-прикладного искусства, по возможности, должны быть представлены под авторскими названиями. Изделия художественной промышленности – в соответствии с прейскурантами (ассортиментом) предприятий и каталогами. Если имя автора неизвестно, независимо от профиля экспозиции на первый план выдвигается название произведения, а в атрибуционных данных указывается: «Неизвестный художник».

Атрибуционные данные предмета – комплекс основных признаков, присущих данному предмету и существенных с точки зрения темы выставки. Атрибуционные данные определяют «историю» экспоната, его «право» на включение именно в эту часть экспозиции.

Обычно выделяют следующие виды атрибуционных данных:

– *место происхождения, изготовления* (название страны или города должно соответствовать официальному названию того периода, когда произведение было создано или предмет был изготовлен);

– *дата создания, изготовления или бытования*. Для указания дат в текстах этикеток применяются общепринятые сокращения (род. – родился, в. – век, вв. – века, г. – год, гг. – года, ок. – около, нач. – начало). Век указы-

вается только римскими цифрами. Предположительная дата заключается в квадратные скобки, например: [1887];

– *материал, техника* (х. – холст, м. – масло, б. или бум. – бумага, кар. – карандаш. Слова «картон», «гуашь», «пастель», «уголь», «темпера» принято писать полностью). При этом материал в этикетке пишется с прописной буквы, а техника исполнения (после точки с запятой) – со строчной;

– *размеры* (обычно указываются в сантиметрах по высоте, ширине и глубине предмета через знак «×»);

– *назначение* (может указываться только в том случае, если предмет трудно узнаваем);

– *надписи на предмете* (если они не видны);

– *указание на подлинность или копийность*. Если в экспозиции представлены преимущественно подлинники, то в этикетаже можно отмечать только копии, когда же экспонируется главным образом копийный материал, в этикетаже необходимо указывать подлинники.

Наличие или отсутствие в этикетке той или иной структурной единицы атрибуционных данных зависит от темы и задач экспозиции. Так, отбор атрибуционных данных для характеристики экспонатов выставки «Казачьи в Париже» (Государственный музей изобразительных искусств, Челябинск, 2012) можно проанализировать на примере двух этикеток (рис. 4).

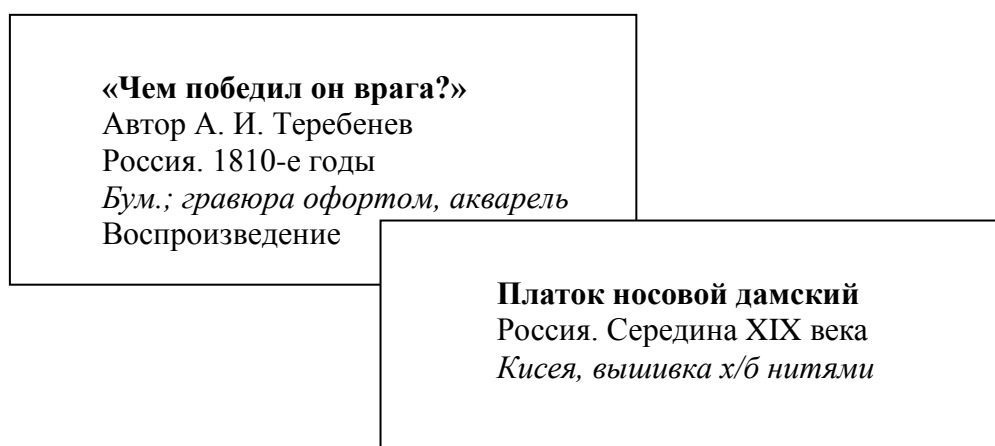


Рис. 4. Этикетки на экспонаты выставки

Дополнительные сведения призваны повысить информативность экспозиции, дополнить, а в необходимых случаях расшифровать «скрытую» информацию, заключенную в предмете. Это могут быть данные о происхождении, бытовании, связях предмета с общественными событиями, лицами; све-

дения о нахождении предмета до поступления в музей, о лице или организации, передавших предмет в музей; данные об использовании предмета; пояснение событий, запечатленных в произведении искусства и пр.

Некоторые особенности имеет *методика составления этикеток к фотографиям*. Они обусловлены разными видами фотографических источников, среди которых выделяют:

- портреты (одиночные и групповые);
- репортажные (сюжетные или событийные, «уличные») фото;
- видовые фото.

Этикетки к репортажным и видовым фотоснимкам составляются по общим правилам. Так как фотоснимки являются авторскими произведениями, указание на фотографа (автора), по возможности, должно быть установлено и помещено в этикетку. Это особенно важно в случае, когда автором снимка является известный фотохудожник, а также очевидец или свидетель события. Если фамилия автора, являющегося очевидцем отображённых на снимке событий, не установлена, то в этикетке можно указать: «*Фото очевидца события*». В отдельных случаях указывается место или условия съёмки (*снимок сделан на передовой в 1944 г.; съёмка произведена с самолёта* и т. д.).

В этикетках к портретам указываются инициалы и фамилия сфотографированного лица и приводятся сведения биографического характера, при этом на первое место помещаются данные, связанные с темой, событиями, хронологией того раздела экспозиции, в рамках которого данный портрет экспонируется. Портрет должен быть датирован временем.

В этикетках к групповым фотоснимкам (и к живописным, графическим групповым портретам) следует перечислять участников съёмки, начиная слева направо и снизу вверх. Если же невозможно назвать всех, номерами отмечаются известные участники съёмки, а в этикетке указываются сведения о лицах, отмеченных номерами. Если на фотоснимке или в произведении изображены военные лица, на первое место до их фамилии выносятся воинское звание, а у гражданских лиц в этикетках к портретам даются инициалы, фамилия, а иногда и почётное звание изображённого (также до фамилии). Имя и отчество желательно писать полностью, особенно к портретам людей, занимающих центральное место в экспозиции.

Приведем примеры этикеток к фотографиям разных видов (рис. 5).

Администрация завода Товарищества «Н. Д. Машаров и К°»

Фото Т. К. Огибенина. г. Тюмень. Начало XX в.

Копия

Третий слева – Николай Дмитриевич Машаров – ответственный администратор завода

Речная пристань Тюмени

Фото К. Н. Высоцкого. 1871 г.

На переднем плане – городская водокачка, вдали на левом берегу р. Туры видны стапели завода Гуллета

Рис. 5. Этикетки к фотоматериалам разных видов

Оформление этикетаж зависит от *видов этикеток*, которые применяются в экспозиции. Этикетаж может быть: одиночный (индивидуальный), групповой, пучковый.

Под *одиночным* этикетажом понимается система, при которой каждому экспонату даётся отдельная этикетка. Все приведенные выше примеры этикеток относятся к данному виду.

Когда в экспозиции представлен комплекс материалов, то применяют *групповой* этикетаж. Все экспонаты, входящие в комплекс, нумеруются и на одну этикетку выносятся цифровые обозначения. При этом атрибуционные данные и дополнительные сведения *приводятся один раз в конце этикетки* (рис. 6).

В оформлении группового этикетажа может использоваться схематический план расположения экспонатов и их графические изображения. В этом случае индивидуальная этикетка может располагаться непосредственно под иллюстрацией к предмету.

Еще один вариант оформления групповой этикетки предполагает размещение в центре информационной панели фотоснимка экспозиционного комплекса (чаще всего – ансамблевого). Свободные поля панели с четырех сторон заполняются индивидуальными этикетками на предметы. Графические стрелки соединяют этикетку с предметом на фотографии. Стрелки сходятся в центре, фото «собирает» их в общий «пучок». Такой тип графического оформления группового этикетажа получил название *«пучкового»*.

«Историко-мемориальный комплекс Мамаев курган». Набор открыток

1. Вводная композиция «Память поколений»

На обороте: фото «Е. В. Вучетич – народный художник СССР»

2. Скульптура «Стоять насмерть!»

На обороте: фото «Командующий 62-й армией В. И. Чуйков (1900–1982 гг.)»

3. Стены-руины. Правая сторона

На обороте: фото «Скульптор Е. В. Вучетич за работой»

4. Вечный огонь в зале Воинской славы

На обороте: фото «Руководитель авторского коллектива Е. В. Вучетич и военный консультант В. И. Чуйков»

Фото Н. П. Антимонова

Волгоград. Студия «Пресс-фото». 2015 г.

Картон глянцевый; печать типографская цветная

14,5×10 см

Рис. 6. Этикетка на группу предметов, имеющих одинаковые атрибуционные данные (групповая этикетка)

В последнее время получила распространение практика оформления группового этикетажа (и текстов-аннотаций к разделам) в форме раздаточной полиграфии («раздатки») – листовок, с которыми посетитель может двигаться вдоль витрин. Этикетаж такого типа позволяет ввести значительный объем дополнительных сведений и предложить посетителю развернутый очерк о предметах или даже об одном только экспонате. Очерк может быть прочитан и после осмотра экспозиции в более комфортных условиях.

Выполняются этикетки на бумаге хорошего качества или на плотном материале (картоне, плексиглазе и др.). Для размещения этикетажа на стекле витрины или в свободном пространстве используется прозрачный носитель с клейким слоем. У музейных специалистов этот материал пользуется большой популярностью, так как существенно экономит пространство, но в читабельности такие этикетки сильно проигрывают традиционным.

Имеет значение и цветовое решение этикетажа. Лучшими цветами для фона считаются белый, серый, серо-коричневый, серебряный, золотой. В целом для фона этикеток (и текстов в целом) предпочтительнее выбирать нейтральные мягкие цвета, на которых цветной шрифт хорошо читается. Предпочтительные цвета для шрифта – чёрный, коричневый. Этикетки нужно тонировать в соответствии с фоном паспарту, витрины, стенда.

Белый шрифт на тёмном фоне воспринимается плохо вследствие резких переходов от одного цвета к другому. Человеческий глаз практически не воспринимает желтые буквы на белом фоне или красные на зеленом. Цвет и размер шрифта и фона должен быть на всех этикетках одинаковым.

Текст этикеток, как правило, выравнивается по левому краю. Края этикеток должны быть аккуратно и ровно обрезаны с одинаковыми небольшими полями. При этом *размер этикеток по ширине, как правило, должен быть единым.*

При *размещении этикеток* нужно учитывать тип музейного предмета. Так, к вещественным памятникам этикетки размещаются рядом с ними – на подиуме, подставке, стенке витрины. К окантованным экспонатам этикетки крепятся на паспарту или под ними, к обрамлённым – могут быть прикреплены к раме.

Этикетки не должны быть расположены в самом верхнем или самом нижнем поясе. Посетителю удобно воспринимать информацию или на уровне глаз или под предметом (справа, внизу на уровне нижнего края или нижней рамы картины). ***Недопустимо расположение этикеток прямо на предметах!***

Таким образом, мы рассмотрели значение и особенности основных видов экспозиционных текстов. Обобщим данный материал в форме таблицы 4.

Таблица 4

Виды экспозиционных текстов

№	Вид текста	Определение	Значение в экспозиции
1.	Навигационные тексты, знаки, схемы, планы	План-схема экспозиции	Ориентирует в пространственной структуре экспозиции, рекомендует маршрут осмотра
		Знаки-указатели	Ориентируют в направлении движения при осмотре, знакомят с топографией музея, местонахождением различных услуг
		Предупредительные знаки	Регламентируют музейное поведение (ограничения и особые условия)
		Знаки-«подсказки»	Маркируют маршруты для разных целевых групп -включают узнаваемый графический символ программы

№	Вид текста	Определение	Значение в экспозиции
2.	Оглавительный	Заголовок и подзаголовки выставки	Раскрывает основную тему, привлекает внимание к выставке, создает установку на восприятие
		Заголовки отдельных блоков и частей	Ориентирует в структуре выставки и содержания темы, привлекает внимание к отдельным разделам и частям
3.	Ведущий	Текст-цитата	Раскрывает общий смысл темы или отдельного раздела, дает эмоциональный «ключ», апеллирует к авторитетным оценкам, дает эмоционально окрашенную характеристику герою/событию/ месту
4.	Текст-аннотация и ключевые иллюстрации	Краткая характеристика-комментарий к теме и экспонатам	Дает основную информацию о теме и экспонатах, интерпретирует их значение для раскрытия темы выставки
5.	Этикетаж	Совокупность этикеток – кратких характеристик экспонатов	Дает краткую формализованную информацию об экспонатах, актуальную для раскрытия темы
6.	Текст интерактивной практики	Текст-инструкция для совершения определенных действий	Побуждение к получению дополнительной информации с помощью определенного действия (открой, нажми, посмотри). Тексты эвристических заданий, схемы, которые помогают выполнять аналитические операции – сравнивать, находить общее и различия. Инструкции по выполнению технологических операций.

4.2. Интерактивность музейной экспозиции: от идеологии к технологии

Понимание интерактивности имеет широкий диапазон: от узкого (взаимодействие посетителя с предметом), до широкого (разнообразная по формам коммуникативная активность посетителя при посещении музея). В музейно-выставочной сфере этот термин впервые был зафиксирован в 2008 г. «Словарем актуальных музейных терминов»:

Музейная интерактивность (от англ. *interaction* – ‘взаимодействие’) – «технология, предполагающая активное участие аудитории в процессе

музейной коммуникации с целью обретения личного опыта для лучшего освоения музейного пространства. Осуществляется путём создания особой интерактивной среды (экспозиция музейная или интерактивные зоны). Используется в формах культурно-образовательной деятельности (интерактивные занятия, театрализованная экскурсия, ролевая игра), а также при разработке сопроводительных материалов (листки активности, творческие задания, интерактивные путеводители)»¹.

Исследователи музейной интерактивности, стремясь подчеркнуть ее цель, справедливо апеллируют к созвучному понятию «интериоризация», которое обозначает перевод внешних знаний во внутреннюю, психическую форму и умение их воспроизводить и применять. Идеология интерактивности, таким образом, укладывается во множество известных афоризмов типа старинной китайской пословицы «Я вижу и забываю, я слышу и вспоминаю, я делаю, и я знаю» или высказывания о том, что «Всякое знание должно быть открытием, которое вы сделали сами».

Принято считать, что начало интерактивной модернизации музейных экспозиций в России приходится на 1990-е гг., когда становление новой миссии музея и развитие коммуникационных идей логично привели к применению информационных и креативных технологий, введению активного дизайна в экспозиции. Музейные инновации стали в значительной степени определяться потребностями, интересами, особенностями познавательной деятельности, комфортом публики. Интерактивные экспозиции активизируют все возможные анализаторы, с помощью которых человек получает информацию о мире – визуальный, акустический, тактильный, обонятельный, вкусовой. Музей стал видимым, слышимым, осязаемым и даже обоняемым для посетителя (достаточно вспомнить выставку ГМИИ им. А. С. Пушкина «Шанель. По законам искусства», сопровождавшуюся запахами парфюма Модного дома «Шанель»). В современной экспозиции все интерактивные средства хороши, если целью их применения является активизация познавательной и мыслительной деятельности посетителя через самостоятельный поиск ответов, мотивацию к эксперименту, доступ к дополнительным пластам информации.

Эмпирическая классификация многообразных проявлений экспозиционной интерактивности может быть осуществлена на основе широко

¹ Словарь актуальных музейных терминов. С. 52.

употребляемого понятия «технология». На основе характеристики познавательной деятельности музейного посетителя по ее предмету могут быть выделены следующие виды *интерактивных технологий*:

1. Предметно опосредованные (контактные) технологии;
2. Инфокоммуникационные технологии;
3. Креативные технологии;
4. Технологии экспозиционного дизайна

Предметно опосредованные (контактные) технологии в буквальном смысле реализуют принцип *hands on* – «познание через прикосновение». Они направлены на манипуляцию предметами научно-вспомогательного фонда – подлинниками, не обладающими качествами редкости и уникальности, их воспроизведениями (копиями, моделями, макетами и пр.) и научно-вспомогательными материалами, имеющими вещественную составляющую. Общение с предметом (например, копией меча-акинака бронзового века или изделием гончара прошлого столетия) через непосредственный контакт с ним способно не только обогатить представление о его материальных характеристиках и принципах действия, но и помочь пережить ни с чем не сравнимое ощущение причастности к историческому прошлому, фрагментом которого он является.

«Примерка на себя» осуществляется через конкретное действие: посетитель садится за руль ретро-автомобиля или заходит в пассажирский салон троллейбуса первого поколения; «приводит в действие» пожарный насос начала прошлого века; гладит «мохнатую» этикетку (фрагмент шкуры животного); примеряет исторические костюмы и головные уборы...

Нередко предметы интерактивного фонда используются в реконструкциях технологий. Например, посетитель в этнографической экспозиции получает мастер-класс по прядению или ткачеству с использованием аутентичных инструментов; в экспозиции по истории телекоммуникаций самостоятельно организует телетрансляцию прямого эфира или выходит в Интернет, проводит сеанс связи с радиолюбителями. Интерактивный инструментарий данного вида технологий образует систему *интерактивных средств*, которые размещаются в открытом доступе и образуют *интерактивную зону* в экспозиции.

Инфокоммуникационные технологии предлагают посетителю способы получения информации посредством нажатия кнопки или прикосновения к сенсорному экрану. Широкое применение мультимедиа в экспозиции привело к формированию понятия «электронная экспозиция», то есть «экспозиция, в которой ряд ключевых функций (в частности, этикетаж, интерпретация, информационная поддержка или обучение) берет на себя компьютер, связанный с различными периферийными презентационными устройствами»¹. Размещенная в экспозиции система терминалов имеет собственный сценарий и механизм синхронизации. Созданные специально для нее аудио-, видео- и мультимедийные программы выступают равноправными участниками экспозиционного «действия» наряду с традиционными музейными предметами.

Задачи, которые выполняют автоматизированные информационные системы (АИС) в экспозиции, многообразны. Уже говорилось, что с их помощью решаются проблемы ориентации посетителя в топографии музея (электронные версии схем экспозиционных залов, виртуальные панорамы музейных залов), интерпретации экспозиционных материалов (аудиогид, электронные этикетки и экспликации). Посредством мультимедиа-программ осуществляется презентация предметов, не включенных в экспозицию. Например, Государственный Дарвиновский музей предлагает «заглянуть в хранилище» одним прикосновением к экрану монитора, который вмонтирован в дверь служебного входа, декорированную под «вход в сокровищницу». Без АИС в экспозиции была бы невозможна демонстрация медийных экспонатов (кинофрагментов, произведений видео-арта), объектов природы, нематериального наследия в их естественной среде или принципов действия технических объектов и сложных процессов. Без видео или анимационных реконструкций проблематична демонстрация работы доменной печи, молекулярных процессов, извержения вулкана, геологической структуры Земли и др. При этом сами по себе проектор, мультимедийная панель, ноутбук к интерактивным средствам не относятся, они лишь необходимый инструмент для их создания, тогда как видео- или аудиопрограмма в данном случае является составной частью представленно-

¹ Богомазова Т. А. Экспозиция без границ: от музейной базы данных к информационно-экспозиционному пространству музея // Электронные библиотеки: рос. науч. электрон. журн. 2005. Т. 8. Вып. 4. URL: <http://www.elbib.ru/index.phtml?page=elbib/rus/journal/2005/part4/Bogomazova>

го объекта. В специальной литературе приводится немало типичных приемов применения мультимедиа. Например, экспонирование произведения современного искусства сопровождается видеотрансляцией, в которой автор демонстрирует свое творение и произносит по его поводу определенный текст. Или демонстрация нематериальных объектов в сочетании с их вещественной или «живой» составляющей по принципу «экспонат – медиаоболочка». Например, показ музыкального инструмента и воспроизведение его звучания, чучела птицы и записи ее пения, наряда шамана и видеозаписи ритуального танца, формы и снаряжения знаменитого хоккеиста и фрагмента матча с его участием, чучела животного и видеофильма, показывающего животное в естественной среде обитания.

Наконец, с помощью АИС в музейное посещение привносятся элементы игры, соревнования и развлечения. Например, с помощью «космических» весов можно узнать, как изменяется масса тела в условиях гравитации разных планет Солнечной системы (Национальный естественнонаучный музей Татарстана). «Зооовесы» в Государственном Дарвиновском музее предлагают измерить массу тела в неожиданных «единицах» – «слонах», «мышах», «лисах» и «медведях». Технологические проекты «серьезных игр» с образовательной целью «погружают» в атмосферу события и ставят в ситуацию нравственного выбора, организуют соперничество между детьми и взрослыми, предлагают документально-исторические квесты (например, проект Государственного центрального музея современной истории «Сквозь землю провалиться, или Секрет подпольной типографии»).

Сотрудники музеев выделили основные *типы мультимедиа программ* в экспозициях в зависимости от *функций*, которые они выполняют в рамках программы музейного посещения:

– Мультимедиа программа «Пролог» выполняет задачу эмоциональной настройки на восприятие темы в целом и ее предметного материала. Она может включать тематические мультимедиаклипы, динамическую шкалу времени, воссоздавать хронологию событий, производить свето-звуковые эффекты и др.

– Мультимедиа программа «Интерпретатор» обеспечивает интерпретацию многоуровневой экспозиции, которая необходима для сопровождения блоков экспозиции, наиболее трудных для самостоятельного корректного восприятия.

– «Видеопрезентатор» – научно-образовательные, художественные, документальные фильмы, тематические подборки видеороликов, фрагменты киноархива и хроники. Для их трансляции в пространстве экспозиции обычно проектируются специальные зоны для демонстрации видеоряда.

– «Энциклопедия» – систематизированное представление информации для самостоятельного ознакомления.

Сегодня уже можно говорить о большом многообразии форм мультимедиа программ в экспозиции – от экранов для демонстрации фильмов и очков виртуальной реальности до предметно-мультимедийных инсталляций, которые могут быть интегрированы в структуру традиционной экспозиции, или представлять собой автоматизированные экспозиционные аудиовизуальные комплексы. Такие комплексы позволяют реализовать проектные идеи «погружения» с помощью сценографических модулей, имитационных зон, которые позволяют, например, отправиться в путешествие «сквозь века» в настоящей клетки – шахтном лифте – и познакомиться с технологией добычи ископаемых или провести наблюдения с борта глубоководного обитаемого аппарата «Мир»¹.

Преимущества электронной экспозиции перед традиционной со всей очевидностью прослеживаются не только в предоставлении широкого круга разноуровневой информации, но и в возможности персонализированного выбора посетителем ее объема, способа воспроизведения и режима восприятия. Так, приложения для мобильных устройств, созданные с использованием технологий дополненной реальности, позволяют «оживить» наиболее ценные экспонаты. Для этого необходимо навести камеру мобильного устройства на экспонат со специальной меткой и загрузить его трехмерную модель, которую можно рассматривать с разных сторон или в многократном увеличении, или «листать», если речь идет о печатном издании или рукописи. Аналогична практика размещения в экспозиции специальных маячков, которые позволяют получать дополнительную информацию, выводить ее на планшеты пользователей.

Креативные технологии реализуют творческие способности посетителей посредством организации участия в воспроизведении форм нематериального наследия, традиционных технологий, игровой, эвристической

¹ Черненко В. Предметно-мультимедийные инсталляции // Музей. 2016. № 10. С. 19–24.

деятельности. Условия для постановки опыта, изготовления вещи, извлечения из грунта («песочницы») артефакта по всем правилам археологического исследования, размещения фигурок на магнитной доске, разыгрывания импровизированного спектакля, участия в реконструкции традиционного обряда и пр. создаются в современных музеях не только для организованных посетителей, но и для индивидуальных. К интерактивным средствам технологий данного вида относятся, в том числе, и дидактические средства музейной педагогики – интерактивные путеводители («обучающие гиды»), «листки активности», «рабочие тетради».

Технологии экспозиционного дизайна также могут быть рассмотрены в контексте проблемы интерактивности, так как декорации, инсталляции, бу-тафория служат активным проводником экспозиционного образа, выражают смысл экспозиции, формируют чувство сопричастности. Современный дизайн активен по отношению к посетителю: метафорические витрины и прочее уникальное оборудование будят воображение, специальные декорации и реконструкции помогают увидеть явление изнутри, оказавшись в буквальном смысле внутри него, будь то имитационная модель батискафа (ГДМ, г. Москва), водозаборной трубы и коллектора (Музей воды, г. Санкт-Петербург) или банковского сейфа. Во многих музеях получил признание принцип «Открой и смотри!». Выдвижные ящики горизонтальных витрин, раскрывающиеся створки и «ставни» стендов, выдвигающиеся «шторки» с блоками информации, рольставни, открывающие скрытый план экспозиции, телефонные аппараты с аудиоархивами – все это не только функциональный экономичный дизайн, но и предлагаемый посетителю action.

Мы выделили основные виды интерактивных технологий, характерных для современной выставочной практики, обозначили их средства. Отметим, что проблемой их дальнейшего развития является поиск оптимального баланса традиционных и инновационных – интерактивных форм коммуникации с посетителем. Очевидна высокая привлекательность игровых методов и технических новшеств, обманчивая легкость познавательного процесса, организуемого с их помощью. Критерием целесообразности интерактивных технологий была и остается не только яркость впечатлений, но и обогащение опыта посетителей, интериоризация знаний, с определения которой мы начали данный параграф. Есть и еще одно наиважнейшее направление развития инте-

рактивности – это создание специальных экспонатов и экспозиций, адаптированных для посещения слабовидящими посетителями, для которых тактильный контакт является основным способом познания мира.

4.3. Технология проектирования экскурсии

Экскурсия (от лат. *excursio* – ‘поездка’) – коллективный осмотр чего-либо с учебными, познавательными и культурно-образовательными целями. К основным признакам экскурсии относятся: наличие экскурсантов (это может быть организованная группа, либо случайное объединение людей), квалифицированного экскурсовода, протяженность процесса во времени (от 45 мин. до 2 часов) и пространстве (движение по заранее определенному маршруту), показ объектов на месте их расположения, тематическая целенаправленность. Основными элементами экскурсии являются *показ, рассказ и движение*. Если есть рассказ, но нет показа предметов, экскурсия превращается в лекцию. Рассказ *вторичен* по отношению к показу. Движение в экспозиционном пространстве обусловлено маршрутом экскурсии. Он может частично или полностью совпадать с маршрутом осмотра, а может и отличаться от него, особенно если речь идет о тематической экскурсии.

Экскурсионные практики являются неотъемлемой частью музейно-выставочного дела с момента его возникновения. Первые музейные экскурсии в России проводились уже в петровской Кунсткамере – первом отечественном музее, основанном в 1714 г. Сегодня история, теория и методика экскурсионного дела составляет предмет изучения специальной дисциплины – экскурсоведения. Экскурсии являются неотъемлемой частью туризма, их подготовка регулируется ГОСТ Р 50681–94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг».

Экскурсии в музеях, культурных центрах и на выставках имеют свою специфику в сравнении с экскурсиями-путешествиями по городу, достопримечательному месту, объекту природы или производства. Они не зависят от внешних факторов (погодные условия, длительные переезды или передвижения, необходимость санитарных стоянок, фотографирования, приобретения сувениров), носят преимущественно пешеходный характер (исключения составляют велоавтобусы, автовагончики в музеях-заповедниках), маршрут экс-

курсии совпадает с тематической структурой экспозиции. Музейно-выставочные экскурсии бывают двух видов: обзорные и тематические.

Обзорные экскурсии позволяют за короткое время получить общее и цельное представление обо всей экспозиции. С точки зрения содержания они являются политематическими. *Тематические* экскурсии разрабатываются с целью детализации содержания, выделения одного тематического аспекта экспозиции и выборочного, избирательного знакомства с ее экспонатами. Обычно тематические экскурсии разрабатываются по стационарным экспозициям. Крупные музеи предлагают широкий спектр тематических экскурсий для разных возрастных групп и целевых аудиторий. По выставкам обычно проводятся только обзорные экскурсии.

Минимальная продолжительность экскурсии составляет 45 минут, максимальная – 2 часа.

Материалы к экскурсии подбираются на подготовительном этапе проектирования экспозиции, когда выявляется литература по теме, изучаются источники, составляются картотеки, конспекты и выписки. При разработке экскурсии эти материалы ложатся в основу *контрольного текста экскурсии*. В процессе проектирования и по итогу монтажа экспозиции куратор выставки и/или автор-проектировщик проводят с экскурсоводами методическое занятие. После этого экскурсовод приступает к разработке пакета документов для предоставления услуги «экскурсия».

Проектирование экскурсии согласно ГОСТ предусматривает определение ее тематической направленности, объектов осмотра, продолжительности, объема информации. Результатом проектирования являются: технологическая карта, контрольный текст экскурсии, маршрут экскурсии, индивидуальный текст экскурсии. Охарактеризуем основные этапы работы над экскурсией:

1. *Выбор темы экскурсии, формулировка названия, определение цели и задач.* Тема – основной содержательный стержень, на котором строятся рассказ и показ. Тема обзорной экскурсии, как правило, совпадает с названием экспозиции. Названия тематических экскурсий определяются исходя из ее структуры, проблематики, сквозных тем. Отдельные экскурсии могут быть посвящены отдельным разделам экспозиции или тематическим аспектам, которые пронизывают все ее содержание. Например, широчайший спектр тематических предложений для разных категорий экскур-

сантов предлагает Государственный исторический музей¹. Формулировки названий тематических экскурсий по стационарной экспозиции также важны, как и названия выставок, о чем уже было сказано в параграфе 4.1.2. Обзорной экскурсии тоже может быть дано интригующее название, что повысит ее конкурентоспособность. Сравните, например, названия: «Природа и древняя история края» и «Таинственный музей» – экскурсия по одной и той же экспозиции музея г. Сатки (Челябинская обл.), о которой будет сказано чуть позже.

Цели и задачи экскурсии также связаны с основными целями и задачами экспозиции и определяются научной концепцией. В экскурсионной деятельности информационно-познавательная и воспитательная функции выходят на первый план, поэтому педагогическая цель экскурсии связана с влиянием на мотивационную сферу личности экскурсанта (самосознание, мировоззрение, убеждения, идеалы, чувства), расширением и структурированием кругозора, развитием памяти, внимания, мышления, чувств. Задачи экскурсии характеризуют пошаговую технологию достижения цели. Они находят отражение в подтемах экскурсии, раскрывая которые можно создать целостное и достаточно полное представление о теме.

2. *Выявление дополнительных источников, составление библиографического списка и изучение литературы по теме.* Приступая к разработке экскурсии, экскурсовод знакомится с научной документацией экспозиции, прежде всего, с научной концепцией и расширенной тематической структурой. При необходимости список использованной литературы дополняется новыми источниками. При подготовке экскурсии не стоит пренебрегать научно-популярными книгами, брошюрами, статьями, которые могут подсказать интересные приемы популяризации. Многие материалы, не вошедшие в состав экспозиции, могут быть весьма полезны для составления экскурсии – это тексты официальных документов (указы, договоры, законы), свидетельства современников (летописи, хроники, дневники, письма, воспоминания), произведения фольклора (былины, сказки, песни, пословицы, загадки, частушки). В экскурсии полезно использовать ассоциации с литературными произведениями и кинофильмами, произведе-

¹ См.: Государственный исторический музей: офиц. сайт. URL: <http://www.shm.ru/visit/excursions/1216/>.

ниями музыкальных жанров, в которых нашли отражение события данной темы. Этот вторичный материал представляет широкий спектр интерпретаций, поэтому он тоже должен быть выявлен, прочитан или просмотрен автором экскурсии. Работа с источниками носит избирательный характер – по ходу их изучения составляются выписки, картотеки, полнотекстовые базы данных материалов о теме, которые могут быть использованы при разработке текста экскурсии.

3. *Отбор и изучение объектов показа.* Экспонаты – зрительная основа экскурсии и рассказа экскурсовода. Они, как уже было сказано, могут быть представлены письменными (печатными), вещественными, изобразительными (произведениями изобразительного и декоративно-прикладного искусства), кино, фото, фоноисточниками. Кроме того, в состав экспозиции могут входить иллюстрации, карты, схемы, модели, макеты, реконструкции, научно-познавательные фильмы, без которых рассказ о предметах будет умозрительным и плохо аргументированным.

В ходе экскурсии можно показать ограниченное количество экспонатов. Экспериментально было установлено, что при достаточной степени сосредоточенности зритель может увидеть за 60–90 мин. 30–40 экспонатов. При этом на одном экспонате зритель сосредоточивает взгляд, другие видит периферийным зрением. Это надо учитывать при отборе объектов показа, выделяя основные и дополнительные экспонаты. К группе основных объектов показа, безусловно, относятся ведущие экспонаты. Они должны обладать характеристиками информативности и познавательной ценности; если у предмета есть интересная легенда, она должна быть изучена экскурсоводом; внешне необычные, аттрактивные предметы тоже должны быть включены в число объектов показа; предметы интерактивной практики, которые могут быть использованы в процессе экскурсии (их предлагается потрогать, сравнить с другими по тяжести, произвести с ними определенные действия), также включаются в данный перечень. Кроме того, учитывается месторасположение предмета, наличие удобных точек обзора для коллективного осмотра. Систематизировать сведения о предмете тоже удобно в форме специальной картотеки – основного справочного материала экскурсовода. На карточки-паспорта объектов осмотра заносятся следующие данные:

- Название предмета;
- Атрибуционные данные, необходимые с точки зрения темы экскурсии (автор; место и время создания, бытования, производства; материал и техника изготовления; уникальность/серийность/массовость и пр.);
- Исторические события, с которыми связан предмет, дата и краткий комментарий.
- Легенда предмета;
- Дополнительные сведения, необходимые с точки зрения темы экскурсии.
- Источники сведений о предмете (книги, статьи, архивные документы, устный рассказ и пр.)

4. *Составление маршрута экскурсии.* Основное требование к маршруту экскурсии – это показ всех основных объектов в логической последовательности. Несмотря на то, что переход от экспоната к экспонату в зале (или залах) не связан с большими расстояниями, маршрут не должен иметь возвратных движений, повторно проходить по одному и тому же участку. Как и в построении экспозиции предпочтительно движение слева направо. Так как внимание экскурсантов не может быть одинаково интенсивным и примерно через каждые 20 минут происходит его снижение, необходимо в маршруте экскурсии предусмотреть зоны «разрядки» – места для интерактивных практик, прослушивания аудио или просмотра видео, краткого отдыха на диванах или банкетках в сочетании с рассказом экскурсовода. Многоплановые обзорные экскурсии, как правило, придерживаются маршрута осмотра, предусмотренного проектной документацией. Тематические экскурсии могут следовать своей логике движения, обусловленной принципами систематизации содержания темы, но при этом, все же, придерживаться линейного маршрута без возвратных движений. Маршрут экскурсии наносится на план экспозиции. Одновременно уточняются наиболее комфортные для коллективного осмотра точки обзора.

5. *Подготовка контрольного и индивидуального текста экскурсии.* *Контрольный текст экскурсии* является технологическим документом, который отражает научное содержание информации, предоставляемой экскурсантам. Он составляется в соответствии с целью и темой экскурсии и содержит фактографическую и концептографическую информацию, т. е. факты, цифры,

цитаты со ссылками на источники. Информация может быть избыточной и не обязательно систематизированной в соответствии с маршрутом экскурсии. В контрольном тексте могут быть материалы для вступления, заключения и логических переходов в рассказе экскурсовода. Контрольный текст – исходный документ, на основе которого составляются индивидуальные варианты экскурсий для разных целевых групп. Он является обязательным проектным документом, которым может воспользоваться любой экскурсовод. Объем контрольного текста составляет не менее 25–30 машинописных страниц.

Индивидуальный текст экскурсии составляется каждым экскурсоводом для себя, материал в нем излагается в соответствии со структурой экскурсии, маршрутом и порядком осмотра основных и дополнительных объектов. Индивидуальная экскурсия состоит из вступления, основной части и заключения. Цель вступления – заинтересовать группу темой экскурсии и установить контакт с аудиторией. Вступление занимает не более 5–7 мин. и включает организационную и информационную части. В организационной части экскурсовод кратко представляет музейно-выставочную организацию (или культурный центр), характеризует особенности архитектуры и истории здания, музея (если группа посещает данный музей впервые), представляется сам, сообщает тему экскурсии, время ее продолжительности и окончания, проводит инструктаж по технике безопасности и правилам поведения. Выставка, в которой используется застекленное оборудование, предполагает определенную дистанцию при осмотре предметов внутри него, передвижение экскурсантов исключает бег и резкие движения; разумеется, нельзя трогать экспонаты руками и осуществлять фотосъемку со вспышкой. В случае, когда фотосъемка является платной услугой, экскурсовод обязан предупредить об этом экскурсантов. В информационной части излагается цель экскурсии, особенности выставочного проекта (выставка из личной коллекции или другого музея, выставка приурочена к памятной дате, предметы для выставки собраны с помощью населения, выставка посвящена конкретному человеку и т. д.), называются основные подтемы или кратко формулируется сюжет. Основная часть включает в себя содержание отдельных подтем с опорой на показ и рассказ, логически соединенных между собой словесными «мостиками», которые позволяют плавно перейти от одной темы к другой. Заключение позволяет подвести логиче-

ский итог, «собрать» в единое целое разнообразные впечатления. В рамках заключительной части экскурсовод отвечает на вопросы аудитории, приглашает на другие экспозиции и выставки.

6. *Выбор методических приемов.* В экскурсиях применяются приемы показа, рассказа и активизации аудитории различными методами интерактивных практик. На данном этапе подготовки экскурсии определяется, какие конкретно приемы используются на разных этапах маршрута. К приемам показа относятся: предварительный осмотр, зрительный анализ, интеграция (или синтез нескольких предметов в одно целое), прием локализации событий («За этим столом был создан...»), абстрагирования, зрительного сравнения, зрительной аналогии, переключения внимания. Экскурсионный рассказ включает в себя: экскурсионную справку (сжатое изложение основных сведений), описание, объяснение, комментирование, цитирование, эвристическую беседу (вопрос-ответ), словесный портрет, кейс-стади (дискуссионная ситуация). Во время экскурсии могут демонстрироваться медийные экспонаты и видеоматериалы, прослушиваться аудио, демонстрироваться действие модели и пр. В структуру экскурсии может быть введен эксперимент-исследование, игра, фрагмент традиционного обряда, инсценировка или театрализация. Экскурсия может включать элементы ритуального действия, например, минуту молчания. Удачно найденный прием может способствовать концентрации внимания и даже компенсировать проблемы экспозиций, которые нуждаются в модернизации. Так, в Саткинском краеведческом музее (Челябинская обл.) долгие годы пользовалась популярностью обзорная экскурсия «Гайнственный музей», которая предполагает осмотр экспозиции при полном затемнении зала с помощью индивидуальных карманных фонариков. Их лучи фокусируются на отдельных предметах в логической последовательности рассказа экскурсовода. Общий вид экспозиции экскурсанты видят в финале, когда зажигается верхний свет.

Весь реквизит для интерактивных практик должен быть заранее подготовлен и размещен в интерактивных зонах экспозиции. На данном этапе производится отбор приемов показа экспонатов на каждом участке маршрута, определяется поиск оптимального сочетания показа, рассказа и действия.

7. *Определение техники ведения экскурсии.* Решение организационных моментов предполагает определение места сбора группы перед началом

экскурсии, места остановок, интерактивных зон, длительности пребывания группы в каждой из точек осмотра, необходимости бахил и средств личной безопасности (например, касок, спецодежды в экспозициях в зонах повышенной опасности – на музеефицированных промышленных предприятиях, шахтах, в пещерах). Это особенно важно при большом наплыве посетителей, когда должен быть точно определен временной и пространственный интервал движения групп, и в целом пропускная способность выставки. Это позволит создать одинаково комфортные условия группам, находящимся одновременно в одном зале или следующим одна за другой, и соблюсти технические нормы эксплуатации помещения и безопасности посетителей и экспонатов. В больших залах без внутренних перегородок, где одновременно может проходить несколько экскурсий, целесообразно разрабатывать несколько вариантов маршрутов, следя за тем, чтобы маршруты групп не пересекались между собой. Virtuозным вариантом техники ведения экскурсии можно признать опыт Музейного комплекса «Вселенная Воды» (г. Санкт-Петербург). В мультимедийной экспозиции в помещении бывшего подземного резервуара чистой воды Главной водопроводной станции одновременно проводятся экскурсии для нескольких групп. В финале предусмотрена их встреча и совместная интерактивная программа. Немаловажным моментом техники экскурсии в этом музее является выдача каждому посетителю на входе небольшой плоской подушки в форме капли, которую можно использовать в качестве сиденья на гранитных опорах колонн.

Если экскурсия сочетается с мастер-классом, необходимо предусмотреть деление группы на подгруппы, обеспеченность их музейными педагогами, закуп материалов и инструментов, подготовку шаблонов, технологических карт, схем, образцов и пр. Должны быть предусмотрены и такие «мелочи», как обеспеченность рабочими фартуками и возможность вымыть руки после работы с «грязными» материалами. Некоторые «орг. моменты» могут не только свидетельствовать о предусмотрительном и заботливом отношении к экскурсанту, но и стать частью методического приема. Например, перед посещением музеефицированной ткацкой фабрики в одном из небольших городов ФРГ детям-экскурсантам выдают фартуки с большими карманами, куда во время осмотра посетители складывают образцы сырья, нитей и пр., чтобы впоследствии оформить небольшую коллекцию-отчет об экскурсии.

8. *Составление технологической карты.* Технологическая карта – основной нормативный документ, который дает право предоставления такой услуги, как экскурсия. Технологическая карта – документ, устанавливающий логическую последовательность осмотра объектов экспозиции. Она включает все основные сведения об экскурсии – тему, цель, задачи, общую продолжительность, пространственно-временные характеристики, методические приемы, технику проведения. Технологическая карта утверждается руководителем учреждения. Значение технологической карты в том, что она устанавливает порядок проведения экскурсии, определяет соотношение показа и рассказа, содержит рекомендации по методике и технике проведения экскурсии. Технологическая карта разрабатывается на каждую экскурсионную тему и для каждой категории экскурсантов, поэтому в ней должны быть учтены социально-демографические, профессиональные интересы участников экскурсии.

Перед составлением технологической карты маршрут экскурсии логически разбивается на отдельные отрезки-этапы, определяются точки обзора – места остановок группы. В технологической карте первым обозначается место, где экскурсовод рассказывает вводную часть, затем указывается первая подтема и экспозиционный комплекс (например, название витрины), предметы которого станут объектами показа. Таким образом, технологическая карта соотносит позыльный маршрут экскурсии со структурой экспозиции. Графа «Тематическая структура» включает номер или название зала и названия подтем или экспозиционных комплексов. Далее в технологической карте перечисляются основные и дополнительные объекты показа, продолжительность их осмотра и, соответственно, рассказа экскурсовода в минутах. В следующей графе приводится перечень основных вопросов или тезисов, которые раскрывают содержание информации в рамках данной подтемы. Технологическая карта не является конспектом контрольного текста экскурсии, количество вопросов-тезисов должно быть не более 3–5. В отдельных графах даются организационные указания и рекомендации по технике ведения экскурсии (например, в экскурсии по реконструированной избе может быть указано: «группу посадить на лавки вокруг стола») и методические приемы, которые используются на каждом конкретном участке маршрута. Технологическая карта разрабатывается в форме таблицы (рис. 7).

Утверждаю

Руководитель организации
инициалы, фамилия, под-
пись, печать организации

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ЭКСКУРСИИ

Тема экскурсии _____
(наименование)

Продолжительность _____

Автор-разработчик _____
(автор, коллектив авторов, организация)

Тематическая структура	Объекты показа	Продолжительность осмотра в минутах	Основное содержание информации	Техника ведения экскурсии	Методические приемы
Этапы перемещения по маршруту – № зала, название подтемы, экспозиционного комплекса	Указывается перечень экспонатов, основные атрибуционные данные, исторические события, легенда	Указывается время, необходимое для осмотра	Тезисное изложение основного содержания подтемы	Организационные указания – места остановок, интерактивные зоны, использование реквизита	Указываются основные приемы показа и рассказа, организации совместной деятельности

Рис. 7. Примерный образец технологической карты экскурсии
(в соответствии с ГОСТ Р50681-2010)

9. *Заключительный этап – прием (сдача) экскурсии.* Пробная экскурсия проводится каждым экскурсоводом и принимается методическим советом музея или руководителем подразделения организации, после чего экскурсовод допускается к проведению экскурсий.

Резюме к четвертому разделу:

Последний раздел пособия был посвящен прикладным моделям выставочной коммуникации – технологиям разработки информационного сопровождения выставки, применению интерактивных средств в работе со

зрителями, методике работы над созданием экскурсии – основного вида услуг, предоставляемых на выставках.

Информационное сопровождение выставки представляет собой систему вербальных текстов и иллюстративных материалов на традиционных и электронных носителях, которые помогают зрителю сориентироваться в пространстве и структуре выставки, получить дополнительную информацию о теме и представленных экспонатах. Эта система включает в себя навигационные знаки и план-схему экспозиции, оглаводительные, ведущие и объяснительные тексты, этикетаж, тексты-инструкции для организации интерактивной практики.

Особенностью современных выставок стало активное внедрение интерактивных средств, которые активизируют все возможные каналы получения информации посетителем выставки. Наиболее востребованным после визуального канала является тактильный, дающий дополнительную информацию посредством осязания. *Предметно опосредованные (контактные) технологии* обеспечивают «познание через прикосновение» – различные действия с предметами научно-вспомогательного фонда (копиями, моделями, макетами, тренажерами и пр.) согласно музейно-педагогическим инструкциям. *Инфокоммуникационные технологии* реализуют богатые возможности автоматизированных информационных систем в экспозиции. Посредством мультимедиапрограмм представляются электронные версии схем экспозиционных залов, виртуальные панорамы музейных залов, презентация предметов, не включенных в экспозицию, научно-публицистический комментарий в форме аудиогuida, видео- и аудиотрансляции, мультимедиаклипов, обучающих и игровых программ. *Креативные технологии* направлены на приобретение опыта и развитие творческих способностей. *Экспозиционный дизайн*, с одной стороны, служит проводником экспозиционного образа и формирует чувство сопричастности теме, с другой – выступает стимулом к определенным действиям для самостоятельного извлечения информации, «упакованной» в различные конструкции оборудования.

Основная форма работы с выставкой – экскурсия. Основные виды экскурсий – обзорная и тематическая. Экскурсия так же, как экспозиция, является объектом проектирования, ее разработка осуществляется в рамках

описанной технологии и регламентируется ГОСТ Р 50681–94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг».

Вопросы к разделу

1. Охарактеризуйте структуру информационного сопровождения выставки. Чем вызвана необходимость ее создания?

2. Каковы задачи и средства музейно-выставочной навигации?

3. Каково значение ведущих текстов в экспозиции?

4. Охарактеризуйте основные информационные блоки этикетки на экспонат и требования к их составлению.

5. Найдите в параграфе 4.1.3 этикетку на «Платок носовой дамский». Почему в ней отсутствует указание на подлинность или копийность предмета?

Задания для базового уровня изучения дисциплины (2–3 по выбору студентов):

1. Охарактеризуйте принципы разработки экспозиционных текстов и их основные виды.

2. Раскройте значение оглачительных текстов и текстов-аннотаций для «возбуждения “аппетита” у музейного посетителя» (Я. Мексин).

3. Составьте этикетки на предметы и комплексы разных видов: индивидуальные этикетки на вещевой источник, письменный (печатный), групповую и репортажную фотографии; групповую этикетку на комплекс предметов.

4. Обратитесь к сайту любого музея. Проанализируйте его экскурсионные предложения (виды экскурсий, темы, целевые группы).

5. Разработайте вступительное слово экскурсовода для искусственно смоделированной ситуации.

Задания для продвинутого уровня изучения дисциплины (по выбору студентов):

1. Посетите любую выставку или стационарную экспозицию в вашем городе. Выполните экспертизу специальных средств коммуникации.

2. Проведите мониторинг названий текущих выставочных предложений. Что Вы можете сказать о поэтике выставочного заголовка?

3. Выполните по 2–3 варианта этикеток на вещевой источник, изобразительный и фотоматериал для нескольких искусственно смоделированных выставочных ситуаций.

4. Посетите любую выставку или стационарную экспозицию в вашем городе. Внимательно изучите ее, пользуясь «Советами создающему экспозицию» (приложение 10). Выполните письменную рецензию.

Литература к разделу 4:

1. Альбедиль, М. Детская этикетка – это серьезно / М. Альбедиль // Музей. – 2012. – № 4. – С. 24–27.

2. Богомазова, Т. Г. Экспозиция без границ: от музейной базы данных к информационно-коммуникационному пространству музея / Т. Г. Богомазова // Электронные библиотеки: российской научный электронный журнал. – 2005. – Т. 8, вып. 4. – Режим доступа: <http://www.elbib.ru/index.phtml?page=elbib/rus/journal/2005/part4/Bogomazova>.
3. Лебедев, А. В. Виртуализация музея или новая предметность? / А. В. Лебедев // Музейное проектирование. – Москва, 2009. – С. 77–97. – Режим доступа: http://www.future.museum.ru/lmp/books/archive/Mus_Proj.pdf
4. Мексин, Я. П. О музейном этикетаже / Я. П. Мексин // Музей. – 2017. – № 1. – С. 28–29.
5. Остановись и прочитай // Музей. – 2015. – № 12. – С. 61.
6. Синицына, О. В. Навигация как часть музейного сервиса / О. В. Синицына // Музей. – 2012. – № 4. – С. 4–10.
7. Смирнова, Е. Про «восемь смертных грехов» и «семь заповедей» экспозиционера / Е. Смирнова // Музей. – 2012. – № 4. – С. 12–17.
8. Соболева, О. От музея древностей в XXI век / О. Соболева // Музей. – 2016. – № 10. – С. 28–31.
9. Черненко, В. Предметно-мультимедийные инсталляции / В. Черненко // Музей. – 2016. – № 10. – С. 19–24.
10. Штольц, С. Культурное наследие в цифровую эпоху / С. Штольц // Музей. – 2016. – № 10. – С. 50–53.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Представление основных технологий выставочной деятельности в данном пособии завершено. Выставка была рассмотрена как одна из форм социально-культурной деятельности для проведения информационно-просветительной работы, организации досуга, как компонент программ формирования социальной компетентности и приобщения к социокультурному опыту посредством визуализации культурного наследия. Существенное внимание в пособии было уделено социально-психологическим аспектам коммуникации выставочного зрителя и предметного материала, концептуализации предметно-пространственной среды. Выставочные возможности были проанализированы с точки зрения проектирования открытой, вариативной среды, которая повышает доступность образовательных ресурсов. Создание выставок рассматривалось также в ракурсе социального партнерства, так как только через взаимодействие с местным сообществом и субъектами образовательного процесса сегодня могут создаваться и реализовываться социально востребованные проекты. Вместе с тем, в качестве основного субъекта выставочной деятельности в пособии выступала музейная организация. Таким образом, были достигнуты обозначенные во «Введении» цели и задачи дисциплины «Технологии выставочной деятельности», связанные с общетеоретическими вопросами и технологиями проектирования выставок.

Размышления о функциях и видах выставок, об экспозиции как информационно-коммуникационной системе, о принципах и методах экспозиционного проектирования придерживались общей рамки представлений о том, что посещение выставки, музея – это свободный выбор людей, а значит, главная фигура выставочного процесса – зритель, посетитель, от которого экспозиционер ждет не только активного созерцания, но и творчества, самопознания и саморазвития под влиянием опыта участия в выставочном действе. Именно поэтому базовые компетенции куратора, экспозиционера требуют владения той методологической основой, которой были посвящены теоретические разделы данного издания.

Музейно-выставочное проектирование – основной и чрезвычайно ответственный этап создания выставки. От него зависит результат реали-

зации проекта – дальнейшей работы по выполнению художественно-технических работ; отбору, упаковке, транспортировке предметов и мероприятий по их учету и сохранности; монтажу экспозиции; PR-коммуникации и рекламе; реализации культурно-образовательных программ и маркетинговых исследований. Пренебрежение логикой проектного процесса, леность в разработке трудозатратной проектной документации, плохо подготовленные выставки-экспромты чреваты потерями качества и доверия посетителя, репутационными издержками музея или выставочной организации.

Становление профессионала, практикующего выставочные технологии в социально-культурной деятельности, во многом зависит от «насмотренности» экспозиционера, его рефлексивной практики, наблюдений и исследований обратной связи со зрителем, и, конечно, от собственных опытов и экспериментов на этом поприще.

Автор пособия благодарит всех коллег-экспозиционеров, которые, являясь на протяжении многих лет партнерами кафедры туризма и музееведения Челябинского государственного института культуры, делятся своим опытом экспозиционной деятельности, раскрывают творческую «кухню» авторских проектов. А также студентов и выпускников, в сотворчестве с которыми было реализовано несколько выставочных проектов, апробированы творческие задания, проведены полезные исследования и разработаны частные методики.

ГЛОССАРИЙ

Ансамблевый метод научно-экспозиционного проектирования – *метод построения экспозиции*, направленный на визуальное воссоздание естественных взаимосвязей и взаимозависимостей предметов и объектов путем научной *реконструкции*¹ среды их бытования. Структурная единица ансамблевой экспозиции – ансамблевый комплекс, чаще всего, представляет собой *интерьер*. Тип музеологического интерьера определяется степенью соответствия прототипу. На основе данного критерия в экспозиции может быть создан исторический аутентичный интерьер, реконструированный интерьер, типологический интерьер.

Артефакт – любой искусственно созданный объект, продукт человеческой деятельности, который может быть носителем социально-культурной информации.

Атрибуционные данные предмета – комплекс основных признаков, присущих данному предмету и существенных с точки зрения темы выставки. Входят в состав *этикетки* на предмет, определяют «историю» экспоната, его «право» на включение в *экспозицию*.

Аттрактивность музейного предмета – способность *музейного предмета* привлекать внимание, обусловленная особенностями его внешних характеристик, визуальная привлекательность предмета.

Аудиогид – одна из форм информационного сопровождения экспозиции, представляющая собой фонограмму-аудиоэкскурсию из нескольких аудиофрагментов, которые нумеруются и «привязываются» к номерам *экспонатов*, а также устройство для ее воспроизведения. А. в форме мобильного приложения может использоваться на базе стандартных мобильных устройств – планшетов, смартфонов и т. п.

Аудитория музейная – общность людей, на которых направлено воздействие музея. Характеризуется групповой динамикой (социально-демографическим, психологическими и пр. особенностями), которые должны учитываться при проектировании *экспозиции*.

Биеннале — художественная выставка, фестиваль или творческий конкурс, проходящие раз в два года.

¹ Курсивом выделены термины, которые входят в состав глоссария.

Биогруппа – таксидермическая композиция, которая представляет животных (чучела животных) в среде обитания.

Бутафория – вид вспомогательных материалов, *произведения экспозиционного искусства*, представляющие собой театрально-декорационную имитацию предметов и объектов. С помощью Б. создается обобщенный предметно-осязаемый образ и атмосфера конкретного времени и пространства. К средствам бутафории могут быть также отнесены арт-конструкции, специально спроектированные для экспозиции и выполняющие функцию метафорических витрин для подлинных предметов.

Воспроизведения музейных предметов/объектов – предметы / объекты, которые создаются с целью максимально точной передачи внешнего облика и основных характеристик подлинника, важных для цели данного воспроизведения. В. – иконическая модель, в которой повторяется структура объекта. В. создаются с целью замены подлинника, если он отсутствует или его экспонирование по каким-либо причинам нежелательно. В. должно с максимальной точностью передать внешний облик и основные характеристики оригинала, важные с точки зрения задач экспонирования. В. может быть двухмерное (фотографии, рисунки) или трехмерное (слепки, муляжи, цифровые изображения). К основным типам В. относятся *копии, макеты, модели*.

Выставка – комплексная форма социально-культурной деятельности, в основе которой – временная *экспозиция*, передающая социально-значимые смыслы с помощью композиционно организованных, комментированных, технически и художественно оформленных в пространственной среде *экспонатов*.

Выставочная деятельность – направление социально-культурной деятельности, представляющее собой процесс проектирования и организации *выставок*.

Голограмма – разновидность *воспроизведения* – объемная оптическая *копия*, снятая при помощи лазерной техники и воспроизводимая в натуральную величину под воздействием пучка света.

Зритель/посетитель – человек, пришедший для осмотра экспозиции самостоятельно или в составе экскурсионной группы, адресат культурно-исторической, научной, эстетической информации, которая передается с помощью *выставки*.

Инсталляция – (от англ. *installation* – ‘установка, размещение, монтаж’) – форма современного искусства, представляющая собой пространственную композицию, созданную из различных элементов и являющую собой художественное целое.

Интерпретация – посредничество, промежуточное звено между выставкой и зрителем, публикой. И. служит преодолению дистанции между тем, что непосредственно воспринимается (видимым), и подразумеваемыми смыслами экспонируемых предметов. Представляет собой процесс истолкования объектов показа в контексте экспозиции.

Интерактивность музейная (от англ. *interaction* – ‘взаимодействие’) – технология, предполагающая активное участие аудитории в процессе музейной коммуникации с целью обретения личного опыта для лучшего освоения музейного пространства. Осуществляется путём создания особой интерактивной среды (экспозиция музейная или интерактивные зоны). Используется в формах культурно-образовательной деятельности (интерактивные занятия, театрализованная экскурсия, ролевая игра), а также при разработке сопроводительных материалов (листки активности, творческие задания, интерактивные путеводители)¹.

Интерьер в экспозиции – внутреннее пространство бытовой, общественной или производственной среды, музеефицированное или воссозданное в экспозиции. Интерьеры создаются *ансамблевым методом научно-экспозиционного проектирования*. По степени близости прототипу различаются исторически аутентичные, реконструированные, типологические интерьеры, а также обстановочные сцены с использованием манекенов.

Информативность музейного предмета – способность предмета являться источником сведений о явлениях и процессах, происходящих в природе и обществе, характеризовать особенности среды бытования, в которой этот предмет находился.

Информационное сопровождение выставки – система знаков-указателей, вербальных текстов, *научно-вспомогательных* и иллюстративных материалов на традиционных и электронных носителях, которые помогают зрителю сориентироваться в пространстве и структуре *выставки*, получить дополнительную информацию о теме и представленных экспонатах.

¹ Словарь актуальных музейных терминов. С. 52.

Коллекционный метод музейно-экспозиционного проектирования – см. Систематический метод музейно-экспозиционного проектирования.

Копия – тип *воспроизведения* – предмет, создаваемый с целью повторения, подражания или замены другого предмета, выступающего по отношению к К. подлинником (оригиналом).

Копия цифровая – воспроизведение письменных, фото- фоно- и киноисточников с помощью электронных технических устройств.

Куратор – ведущий *экспозиционер* в системе менеджмента выставочного проекта, автор идеи, организационный и идейный лидер ее разработки и реализации.

Ландшафтный метод научно-экспозиционного проектирования – *метод построения экспозиции*, направленный на воссоздание естественных взаимосвязей и взаимозависимостей компонентов природной и экологической среды. Структурная единица ландшафтной *экспозиции* – *биограмма*. Наиболее распространенной формой ландшафтной экспозиции является ландшафтная диорама.

Макет – тип воспроизведения – трехмерное изображение, как правило, недвижимых памятников – зданий и сооружений, производственных и бытовых интерьеров, ландшафта и рельефа местности и т.п., воспроизводящее его внешние формы с допустимой долей условности и в соответствующем масштабе.

Манекен – макет человека, *оборудование* для демонстрации костюмных комплексов. Введение М. в музеологические интерьеры способствует созданию «обстановочных сцен» и переключению внимания зрителя с образа предметной среды, с предметов-подлинников на созданный изобразительными (а не музейными) средствами образ героя. Как правило, М. являются незаменимым средством для демонстрации нематериального культурного наследия.

Маршрут осмотра – последовательность осмотра *экспозиции*, график движения, предлагаемый посетителям. М. о. может быть принудительным, свободным или представлять их сочетание. М. о. предусматривает движение слева направо при линейном или круговом построении экспозиции, и сверху вниз при многоуровневом.

Масштабный план экспозиции – графическое изображение экспозиционного зала в масштабе. Представляет собой вид сверху с обозначени-

ем мест размещения витрин, стендов, подиумов, одиночных *экспонатов* и групп предметов. Является основой для разработки *маршрута осмотра* выставки посетителями.

Метод музейно-экспозиционного проектирования – способ визуального представления коллекций с целью презентации и популяризации научных данных или художественно-эстетических феноменов. Выбор метода характеризует группировку и сочетание в различных комбинациях отобранных для *экспозиции* предметов. В самом общем виде метод музейно-экспозиционного проектирования воплощает тип мышления и познания через весь комплекс экспозиционных материалов и средств. С помощью того или иного метода осуществляется наделение смыслом (семантизация) предметных комплексов, *интерпретация* предметов. Методы условно делятся на научные и художественные. Научные методы предлагают модели рационально-логического познания, свойственного научному мышлению. К ним относятся: *систематический* (коллекционный), *ландшафтный*, *ансамблевый*, *тематический* (тематико-иллюстративный). В отличие от опыта исторической реконструкции в *экспозициях*, построенных научными методами, художественные методы предлагают опыт метафорической интерпретации истории. К художественным методам относятся *музейно-образный* и *сюжетно-образный*.

Метод построения экспозиции – см. Метод музейно-экспозиционного проектирования.

Модель – тип *воспроизведения* – трехмерное изображение объектов науки и техники или недвижимых памятников, воспроизводящее конструктивные принципы их действия, функциональную структуру.

Монтаж экспозиции – итоговая сборка экспозиции, фиксация предметов. Осуществляется на основе проектной документации после *предварительной раскладки* (пробной экспозиции) и внесения в нее необходимой корректировки.

Музеефикация – процесс преобразования историко-культурных и природных объектов в музейные объекты.

Музейно-образный метод художественно-экспозиционного проектирования – *метод построения экспозиции*, направленный на создание экспозиционно-художественного образа героя или эпохи, выражение внутренних осо-

бенностей личности, духовного мира, передачу «воздуха эпохи», «ауры события», «душевного состояния». Как всякое авторское произведение музейно-образная экспозиция является художественным воплощением субъективного авторского видения действительности (исторического процесса, события, явления, жизни человека), основанным на системе научных данных и предметов-фактов, систематизированных в научной концепции. Структурной единицей музейно-образной экспозиции является *музейный натюрморт*. Музейно-образные экспозиции в классических вариантах представляют собой тематико-хронологическую последовательность образов-натюрмортов.

Музейный натюрморт – тип *экспозиционного комплекса*, построенного *музейно-образным методом*, структурная единица музейно-образной экспозиции. М. н. – объемно-пространственный образ, для создания которого используются подлинные исторические предметы, передающие помимо основной нагрузки символический смысл. Предмет в музейном натюрморте выступает в качестве знака эпохи, превращается в философско-поэтический символ.

Музейный предмет – движимый объект культурного и природного наследия, первоисточник знаний и эмоций, изъятый из среды бытования или музеефицированный вместе с фрагментом среды и включенный в собрание музейное. Основания выделения предметов из среды их бытования и *музеефикации* являются такие свойства, как *информативность, экспрессивность, аттрактивность, репрезентативность*.

Муляж – разновидность копии – повторение внешнего вида предмета (формы, размера, цвета) из материала и с помощью технологий, как правило, отличающихся от оригинальных.

Навигация музейная – система средств ориентирования в музейно-выставочном пространстве и в *экспозиции* в том числе. К средствам навигации относятся: планы размещения экспозиционных залов, рекомендуемый *маршрут осмотра*, графические и текстовые указатели, *аудиогид*, электронные схемы и приложения, которые можно загрузить в индивидуальное мобильное устройство.

Научно-вспомогательные материалы в экспозиции – система дополнительных источников информации по теме выставки или об отдель-

ных *экспонатах* в форме карт, схем, научно-познавательных фильмов, мультимедиа программ.

Научное проектирование экспозиции – разработка идейно-содержательных аспектов будущей выставки в форме научной документации. Научное проектирование экспозиции составляет содержание теоретического этапа проектирования выставки. На этом этапе создается специфически музейная модель историко-культурных процессов. Она воплощается в форме научной документации – описательной теоретической пространственно-временной модели истории (события, явления, жизни человека), – которая включает *научную концепцию, расширенную тематическую структуру и тематико-экспозиционный план*. Данная система проектной документации является формой представления результатов исследовательской работы.

Натурфакт – объект природного происхождения, который, будучи отобранным для демонстрации, также становится объектом культурного значения.

Научная концепция экспозиции (от лат. *conception* – ‘понимание, система’) – теоретическое обоснование экспозиции музейной, документ, содержащий изложение основ экспозиционного замысла и научную трактовку темы экспозиции¹. Н. к. – конструктивная разработка идеи выставки, которая оформляется в соответствии с определенными требованиями. Работа над научной концепцией проходит через ряд последовательных этапов – предварительную разработку темы, сбор и изучение материала, написание авторского текста. Структура Н. к. включает обоснование актуальности, цели, задач будущей выставки, научную проработку темы, характеристику целевых групп, *методов экспозиционного проектирования*, источниковой базы, особенностей экспозиционного пространства и его схему с указанием маршрута перемещения потока посетителей.

Оборудование экспозиционное – специальные приспособления для демонстрации предметов в экспозиции (витрины, подиумы, стенды, динамичные перегородки и пр.).

Образно-сюжетный метод художественно-экспозиционного проектирования – *метод построения экспозиции*, направленный на создание

¹ Словарь актуальных музейных терминов. С. 57.

художественно-мифологической модели историко-культурного процесса или явления, основанной на сюжетной коллизии, учитывающей мемориальную ауру экспозиционного пространства и сохраняющей музейную специфику. Структурной единицей образно-сюжетной экспозиции является экспозиционно-художественный образ – *инсталляция*, завершенное и целостное произведение, имеющее сложную пространственно-временную, архитектурную, и сюжетную организацию, в основе языка которого лежат *музейные предметы*, превращенные в символы.

Посетитель – см. Зритель.

Предварительная раскладка – см. Пробная экспозиция

Принципы музейно-экспозиционного проектирования – основополагающие правила проектирования экспозиций, применяемые в музейно-выставочной сфере. Принципы подразделяются на научные и художественные. К научным принципам относятся: принцип научной объективности, предметности и коммуникативности. К художественным: принцип органичности духу места, особенностям климата, географии; принцип открытость художника и к вещи, и к образу, преодоление субъективизма, активного самовыражения; принцип экспозиционного ансамбля, в котором вещь выступает как элемент формирования среды; учет психофизиологических особенностей и норм восприятия *экспозиции*; принцип объемно-пространственной организации *экспозиции*; принцип динамичности.

Пробная экспозиция (предварительная раскладка) – предшествующее *монтажу* пробное размещение *экспонатов* в выставочном *оборудовании* в соответствии с проектной документацией; предварительная проверка экспозиции на композиционный баланс, на комфортность и безопасность для потоков посетителей.

Провенанс – история происхождения и бытования предмета до его *музеефикации*.

Проектирование экспозиции (музейно-экспозиционное проектирование) – создание образа будущей *экспозиции*, детальная проработка всех ее аспектов. Вид проектной междисциплинарной научно-художественной деятельности по формированию предметной, содержательной и пластической среды экспозиции музейной, включающей научное, художественное, технологическое проектирование, а также информа-

ционное обеспечение. Результатом данной деятельности является проект, который выполняется в форме документации научного, художественного и технорабочего проектирования.

Произведение экспозиционного искусства – вид вспомогательных *экспозиционных материалов* – художественное произведение какого-либо жанра искусства, создаваемое специально для данной экспозиции с целью иллюстрирования темы, создания образной доминанты, художественного выражения замысла *экспозиции*, акцентного элемента архитектурно-художественного решения. Является частью концептуальной пространственно-художественной среды экспозиции, в некоторых случаях приобретает самостоятельную художественную ценность. К произведениям экспозиционного искусства относятся диорамы, фотоколлажи, произведения монументальной живописи, скульптуры, *инсталляции*.

Расширенная тематическая структура (РТС) – документ научного проектирования, в котором фиксируется деление будущей экспозиции на взаимосвязанные части – разделы, темы, экспозиционные комплексы. Каждая тема (подтема) в РТС сопровождается краткой аннотацией, обобщенным перечнем предполагаемых экспонатов (или их групп), предложениями по художественному решению.

Реконструкция научная – вид *научно-вспомогательных материалов* в экспозиции. Представляет собой научно-обоснованное воссоздание утраченного или руинированного культурного или природного объекта либо его частей, в виде рисунка, чертежа, *макета, модели*, виртуального проекта, материальных версий предметов и объектов, воссоздающих более или менее возможный их вариант.

Репрезентативность – способность вещи в *экспозиции* представлять не только самое себя, но и быть знаком реальностей, которые не даны в чувственных ощущениях – реальностей прошлого, отношений, событий и пр. На репрезентативности основана способность вещи быть знаком нравственно-этических законов, ценностей, а значит, и транслятором идеальных смыслов. Репрезентативность *музейного предмета* – свойство, характеризующее его способность служить образцом, представляющим аналогичные объекты.

Репродукция – разновидность *копии*, как правило, произведения искусства, изготовленной с применением множительной техники (начиная от гравировальных досок и заканчивая современным цифровым оборудованием).

Систематический (коллекционный) метод музейно-экспозиционного проектирования – метод построения экспозиции, направленный на визуализацию абстрактно-логических связей между предметами в экспозиции через их группировку в типы, виды и классы на основе принципов, обоснованных профильной наукой. Структурная единица систематической экспозиции – систематический (коллекционный) комплекс – представляет собой типологический ряд однородных предметов, объединенных в соответствии с принципами систематизации профильной науки.

Слепок – разновидность *копии*, которая в точности передает форму и размер оригинала, так как изготавливается путем снятия с оригинала формы и заливки в нее гипса или синтетической массы.

Сценарий экспозиции – вид проектного документа, интерпретирующий научную идею в драматургическое произведение для музейной *экспозиции*, которую художник реализует в формах пластического искусства и дизайна. С. – это литературная форма изложения экспозиционного замысла, которая выявляет внутреннюю конфликтность темы, ее драматизм. На основе сценария определяются изобразительно-выразительные средства воплощения внутреннего драматизма темы экспозиции, дается ответ на вопрос: как побудить посетителя сопереживать людям и событиям, о которых повествует экспозиционный материал?

Тексты в экспозиции – компонент системы информационного обеспечения экспозиции – цельная многоуровневая система информационного сопровождения в форме лингвистического текста всех ее структурных единиц – от *экспозиции* в целом до отдельного *экспоната*. Тексты в экспозиции подразделяются на оглаводительные, ведущие (тексты-цитаты), тексты-аннотации и этикетаж.

Тематико-экспозиционный план (ТЭП) – итоговый документ *научного проектирования*, определяющий состав и основные характеристики *экспозиционных материалов*, их распределение и группировку по темам, подтемам, экспозиционным комплексам, а также основные *тексты* к музейной экспозиции. ТЭП отражает уже не предполагаемое, как в *расши-*

ренной тематической структуре, предметное наполнение, а реальные, специально для экспозиции отобранные предметы и все виды вспомогательных материалов, специально изготовленных для выставки. ТЭП – таблица, в которой перечень всех *экспонатов* будущей *выставки* систематизирован в соответствии с ее структурой и каждый предмет сопровождается набором *атрибуционных данных*, указанием на подлинность, размеры, материал, учетные сведения.

Тематический метод музейно-экспозиционного проектирования – метод построения экспозиции, направленный на визуализацию идей, связанных с социальными и научными темами, посредством линейного фабульного построения. Структурной единицей тематической экспозиции является тематико-экспозиционный комплекс – группа предметов, подтверждающих мысль, выраженную в вербальной комментарии, представленная разными видами источников (вещественные, письменные, изобразительные) и при необходимости дополненная вспомогательными материалами.

Художественная концепция экспозиции – документ в форме текста и художественного проекта (макета, 3D-модели, анимационного ролика), содержащий основные представления о художественно-образном решении будущей экспозиции, стилевых и пространственно-композиционных принципах ее построения. Художественная концепция содержит характеристики художественно-конструктивных решений оборудования и применения технических средств, предложения по созданию комфортной среды для посетителей¹.

Художественное проектирование экспозиции – область деятельности, направленная на создание экспозиционного ансамбля в объемно-пространственной и художественной среде в целях оптимального освоения содержания *экспозиции посетителями* музея². Основные этапы художественного проектирования в идеале синхронизируются с основными этапами *научного проектирования*. В итоге создается система проектных документов, которая включает в себя: художественную концепцию экспозиции, эскизные проекты, технорабочий проект.

¹ Словарь актуальных музейных терминов. С. 63.

² Музееведение. Музеи исторического профиля. С. 246.

Художник экспозиции – специалист художественного профиля, создающий образное пространственное решение *экспозиции*. Художник осуществляет проектирование, изготовление и реализацию художественно-дизайнерских решений. Художественные работы в соответствии с общим замыслом могут быть направлены на выполнение архитектурных, дизайнерских или изобразительно-монументальных задач. Каждая группа задач требует разработки специального проекта и, как правило, художников соответствующей специализации – архитекторов, средовых и графических дизайнеров, художников-монументалистов.

«Число Миллера» – закономерность, установленная американским психологом Д. Миллером, согласно которой кратковременная человеческая память может запомнить и повторить не более 7 ± 2 элементов. Ориентируясь на «число Миллера», *экспозиционеры* стремятся группировать предметы в экспозиции и включать в состав одного *экспозиционного комплекса* не более 7–9 предметов.

Экскурсии контрольный текст – технологический документ, который отражает научное содержание информации, предоставляемой экскурсантам. Составляется в соответствии с целью и темой *экскурсии* и содержит фактографическую и концептографическую информацию (факты, цифры, цитаты) со ссылками на источники. В контрольном тексте могут быть материалы для вступления, заключения и логических переходов в рассказе экскурсовода. Контрольный текст – исходный документ, на основе которого составляются индивидуальные варианты *экскурсий* для разных целевых групп. Он является обязательным проектным документом, которым может воспользоваться любой экскурсовод. Индивидуальный текст *экскурсии* составляется каждым экскурсоводом для себя, материал в нем излагается в соответствии со структурой *экскурсии*, *маршрутом* и порядком осмотра основных и дополнительных объектов.

Экскурсии технологическая карта – основной нормативный документ, который дает право предоставления услуги «экскурсия». В технологической карте указывается тема, цель, задачи, общая продолжительность *экскурсии*, устанавливается логическая последовательность осмотра объектов экспозиции, ее пространственно-временные характеристики, методические приемы, техника проведения. Технологическая карта разрабатыва-

ется на каждую экскурсионную тему и для каждой категории экскурсантов, поэтому в ней должны быть учтены социально-демографические, профессиональные интересы участников экскурсии.

Экскурсия – от лат. (*excursio* – поездка) – основная форма работы с *выставкой*. Э. означает коллективный осмотр *экспозиции* с учебными, познавательными и культурно-образовательными целями.

Экспозиционер – специалист по экспозиционной и выставочной деятельности – как правило, сотрудник экспозиционно-выставочного отдела музея, который участвует в создании *научных концепций*, отборе *экспозиционных материалов*, разработке *тематико-экспозиционных планов*, планов выставочной деятельности музея, проектов художественного оформления экспозиций, разрабатывает информационные материалы и *этикетаж*, участвует в *монтаже выставки*.

Экспозиционные научно-вспомогательные материалы – компонент системы информационного обеспечения экспозиции – материалы, содержащие научно-обоснованную информацию в виде карт, схем, реконструкций, диаграмм, мультимедиа программ и пр. Наряду с традиционными формами их представления на материальных носителях, в настоящее время в экспозициях успешно используются аудиостойки, видеомониторы, компьютерные программы.

Экспозиционные материалы – совокупность всех *экспонатов*, которые демонстрируются на *выставке* – система объектов экспозиционного показа, раскрывающих на основе концептуального (научного и художественного) замысла тему музейной экспозиции и ее основную проблематику. Э. м. являются основным информационным ресурсом выставки. Эти ресурсы могут быть первичными и вторичными. Первичные – это предметы-подлинники, первоисточники, они имеют первостепенное значение. Вторичные – вспомогательные материалы – это *воспроизведения* (копии, модели, макеты) и иллюстрации, тексты, аудиозаписи. На выставке им отводится подчиненная, второстепенная роль. При проектировании экспозиции предметный ряд тщательно анализируется и классифицируется.

Экспозиционные средства – специальные приспособления и оборудование, которые используются для демонстрации *экспозиционных материалов*. К Э. с. относятся электротехнические, аудиовизуальные, электрон-

ные и т.п. устройства, экспозиционное *оборудование*, оборудование для отдыха посетителей и т. п.

Экспозиционный дизайн (эксподизайн) – область практической деятельности, направленная на создание экспозиционного ансамбля – основного средства музейной визуальной коммуникации. Эксподизайн призван обеспечить взаимосвязь и соразмерность всех элементов предметно-пространственной среды экспозиции – архитектуры, *оборудования, экспоната, зрителя*. Средствами дизайна достигается комплексное воздействие среды на зрителя, обеспечивается комфортность получения информации. С помощью дизайна решаются проблемы функциональности и экономичности, эргономичности, конструктивной надежности и сохранности предметов, дизайн является важнейшим компонентом информационно насыщенной эстетики экспозиции. В высших своих образцах экспозиционный ансамбль является воплощением конкретного содержательного образа, а экспозиция музейная – синтетическим научно-художественным произведением.

Экспозиционный комплекс – структурный элемент *экспозиции*, представляющий собой композицию из предметов, имеющую относительно самостоятельный, законченный смысл и художественную форму. От простейшей «выкладки» предметов Э. к. отличает зрительное и смысловое единство *экспозиционных материалов*, включая сами предметы, вспомогательные материалы, *тексты*. Э. к. могут быть однородными по составу предметов (например, «вещевой комплекс», «комплекс фотоматериалов», «документальный комплекс»), и неоднородными. В зависимости от профиля коллекции Э. к. может быть археологический, этнографический, историко-бытовой, естественнонаучный и др. Для проектирования Э. к. используются разные методы, в зависимости от них виды Э. к. классифицируются на: систематический, ансамблевый, ландшафтный (био группа, ландшафтная диорама), тематический (тематико-иллюстративный), музейный натюрморт, экспозиционно-художественный образ. Как правило, для *монтажа* Э. к. используется определенная единица *оборудования* – витрина или витринная полка, подиум, стенд. Создание Э. к. предполагает выделение смысловой доминанты (фокусного экспоната), субдоминант (ведущих объектов показа). Для акцентировки и соподчинения предметов используются разнообразные приемы *экспозиционного дизайна* – размещение

предметов в пространстве (выделение переднего и заднего планов, размещение предметов в разных уровнях), использование цвета, света, сочетание фактур, введение средств функционально-декоративного оформления.

Экспозиция – основное понятие выставочной деятельности – канал передачи информации, социально значимых смыслов с помощью вещей.

Экспозиция музейная – часть музейного собрания, представленная для обозрения публики. Экспозиция – чувственно (прежде всего, зрением) воспринимаемая «целостная предметно-пространственная система, в которой музейные предметы и другие экспозиционные материалы объединены концептуальным (научным и художественным) замыслом»¹. Э. м. – это «разговор вещами» – канал передачи информации, социально значимых смыслов с помощью вещей, представленных в пространстве в определенной системе – визуальных взаимосвязях. Предмет, материальный объект, свидетельствующий о прошлом и настоящем – основа визуального языка Э. м. С точки зрения семиотики Э. м. представляет собой текст, в котором функцию знаков выполняют *экспонаты*. Создание Э. м. – это конструирование текста на основе материальных объектов, которые выступают в качестве нелингвистических знаков, из которых складывается особое «послание». Выстроить взаимосвязи предметов помогают тщательно продуманная последовательность показа, пространственные сближения или наоборот, противопоставления, ансамблевые комбинации, деликатная художественная и научно-информационная *интерпретации*.

Экспонат — предмет, выставленный для обозрения, элементарная структурная единица *экспозиции*, основа ее визуального языка. В *экспозиции* предметы выполняют функцию знаков, из которых формируется нелингвистический текст, воспринимаемый органами зрения.

Экспрессивность музейного предмета – свойство *музейного предмета*, характеризующее его способность воздействовать на эмоциональную сферу личности.

Электронная экспозиция – экспозиция, в которой ряд ключевых функций (в частности, этикетаж, интерпретация, информационная под-

¹ Основы музееведения : учеб. пособие / отв. ред Э. А. Шулепова. М.: Едиториал УРСС, 2005. С.258.

держка или обучение) берет на себя компьютер, связанный с различными периферийными презентационными устройствами¹.

Эскизный проект – документ художественного проектирования экспозиции, включающий чертежи, макеты, аппликации экспозиционных пространств, которые детализируют художественную концепцию на основе знакомства художника с экспозиционными материалами. Эскизные проекты окончательно фиксируют зонирование зала или залов и распределение площадей тематических разделов на основе маршрута осмотра экспозиции; характеризуют размещение ведущих экспонатов и текстов, методы их показа, расстановку экспозиционного оборудования; цветовое решение и освещение залов, экспозиции и отдельных экспонатов; размещение аудиовизуальных и технических средств. В эскизах разрабатывается принципиальное решение конструкций оборудования и объемных декоративных элементов.

Этикетаж – совокупность этикеток к экспонатам выставки. Разработка авторского Э. к экспозиции – самостоятельное направление научно-исследовательской деятельности, которое осуществляется на этапе разработки документации научного проектирования. По способу оформления Э. может быть одиночный (индивидуальный), групповой, пучковый.

Этикетка – комплекс основных сведений об экспонате, особым образом отобранных, структурированных и представленных в экспозиции.

¹ Богомазова Т. А. Экспозиция без границ...

МУЗЕЙ ГЛАЗАМИ ПРОФЕССИОНАЛОВ И ПОСЕТИТЕЛЕЙ

К. Новохатько

[Дом Дениса Сиверса]¹

«В 1979 г. дом №18 по Фолгейт стрит [Лондон] был приобретен 31-летним американцем Денисом Сиверсом, давно и глубоко влюбленным в британскую культуру. <...> следующие 20 лет американец потратил на то, чтобы потратить в старинном городском доме атмосферу жилого пространства XVIII и XIX веков. <...> Для того чтобы придать всему своему замыслу сюжетную стройность, Сиверс выдумал семейство Джервис, ткачей гугенотов, якобы бежавших в 1688 г. из Франции и в 1724 г. купившее этот дом. По задумке автора этого застывшего спектакля, посетитель буквально путешествует из комнаты в комнату, знакомясь с персонажами семьи разных поколений и их жизнью на протяжении последующих 100 лет. Вся бытовая обстановка наполнена подробностями, словно хозяева только что вышли из комнаты и вот-вот вернуться назад. Среда создается не только с помощью визуальных образов, но также звуков и запахов. Как уже упоминалось, в доме нет освещения и отопления. Сумрак вечерами и естественное освещение днем – основа визуальной стилистики этого путешествия. Все камины в доме не просто действующие, в них ежедневно разводят огонь. <...> Над очагом висит странное приспособление для подогрева хлеба. Его запах разносится сухими слегка кисловатыми нотками. У кухонного стола – высокий детский стульчик, под которым забыли маленькие ботиночки. На столе – простое блюдо с натуральными овощами и поднос с только сегодня испеченными кексами, которые еще издают характерные ароматы. В печи чайники и кастрюли, покрытые копотью. <...> В раковине буквально навалена грязная посуда. <...> Кажется, что душа музейщика может не выдержать такого испытания. Душа посетителя трепещет и предвкушает дальнейшее путешествие. <...>

На первом этаже расположены столовая, прихожая и гостиная. Первое, что ты встречаешь – это запахи. Они окутывают тебя, ты еще не успел

¹ Печ. по: Новохатько К. Экспозиционная среда как экспонат // Музей. 2015. № 2. С. 62–68.

войти. В канун Рождества смотритель монтирует так называемую «рождественскую инсталляцию», наряжает елку, развешивает в комнате новогодние украшения, устанавливает в прихожей поднос с рождественскими угощениями, как было принято встречать гостей. <...> От всех этих подробностей начинается настоящее головокружение. В камине гостиной потрескивает настоящий огонь. На кресле у стола с чаем брошена салфетка, в ногах шкатулка для шитья. <...>

На втором этаже – спальни. Продолжается игра в мимолетность момента. В одной из них – светлой хозяйской – приготовлено платье для хозяйки, на столике остатки завтрака – яичная скорлупа и ароматная кофейная гуща на дне фарфоровой чашечки со следами подтеков по внутренней стороне. Рядом наполовину сожженная свеча, восковые подтеки на скатерти, утренняя почта и недописанный ответ, перья, чашка, зеркальце – все здесь, одно на другом. Задача разглядеть все по отдельности не стоит, главное – бытование вещей в их привычной, «непричесанной» обстановке.

Звуки прошлого впервые звучат еще на первом этаже, в гостиной. С улицы доносятся негромкие голоса, цоканье лошадей и звуки экипажа. В комнатах второго этажа вы услышите, как кто-то поднимается по лестнице мимо двери в спальню, а сверху доносится хриплый кашель и голоса жильцов, собирающихся на обед. <...>

Дальше вверх ведет узкая скрипучая пошарпанная лестница. На перилах небрежно оставлены вещи, шляпа. На лестнице на веревках сушится белье, которое приходится отодвигать, чтобы пройти наверх. <...> Одна из комнат буквально воспроизводит ситуацию с работы Уильяма Хогарта «Современный полночный разговор», живописная копия которой висит тут же, над камином. Вам представляется возможность будто «войти» в картину, оказаться внутри, как только персонажи покинули комнату. Опрокинутые пустые бутылки, упавший стул, камзол на спинке кресла, тарелка опустошенных устриц, разбитый бокал, брошенный табак и скорлупа от орехов. Пахнет вином и табаком.

Далее посетитель поднимается в «бедные» комнаты, где представлен лондонский быт в период, когда у хозяев дела идут не очень хорошо. Или если хозяевам приходится сдавать верхние комнаты. На ум приходят персонажи Диккенса и Теккеря. Обвалившийся потолок, обнаженный каркас

стены, паутина, роскошный балдахин, маленькое бюро в углу, сточенное перо и кляксы чернил. <...> Дом, кажется, и вправду нуждается в капитальном ремонте или, как минимум, генеральной уборке, но именно его выразительная затхлость вместе со множеством сиюминутных подробностей бытования создает достоверную среду обитания горожан прошлых веков. <...> Предметный ряд наглядно и без слов рассказывает о ежедневной рутине обитателей дома. Эффект усиливается при помощи аккуратных звуковых включений и содержания дома в постоянно «обитаемом состоянии» – ежедневно тут что-то пекут, разносятся запахи, готовят кофе и чай. <...> Посетитель находится внутри застывшего спектакля, подлинной жизни, которую на мгновение покинули ее обитатели. И вся среда предстает цельным экспонатом, содержащим в себе и передающим посетителю целый пласт информации об эпохе, действуя как вербальные, так и чувственные каналы восприятия».

Л. Панфилова

Музей Кафки^{1, 2}

«В один из приездов в Прагу вместе с внучкой Алисой я решила обязательно выполнить то, что мне почему-то никак не удавалось раньше – посетить музей Кафки. Зная, что Алиса не очень-то жалуется музею, я отпустила ее погулять с условием, что мы встретимся на этом же месте через 40 минут. А сама пошла покупать билет.

Сначала музей показался мне вполне рутинным: фото родителей писателя, район старой Праги, где жила семья, письма, документы, медицинский рецепт с двумя марками в 20 номиналов, – все как обычно. Только оформление помещения не совсем обычное: затянутые черной тканью стены, простые деревянные перекрытия, кругом полумрак, а кое-где просто мрак, только экспонаты подсвечены желтым и красноватым светом. Звучит негромкая скрипичная музыка, иногда раздается крик ворона, – в общем, все в духе Кафки.

¹ Печ. по: Панфилова Л. Путешествие без визы. Челябинск, 2017. С. 49–50.

² Музей Франца Кафки (1883–1924 гг.) – немецкоязычного писателя еврейского происхождения – был открыт в его родном городе Прага в 2005 г. на основе выставки 1999 г. «Город К. Франца Кафки и Прага», дебютировавшей в Барселоне в рамках проекта испанского культуролога Х. Инсуа «Города и их писатели».

Потом я наталкиваюсь на странное, колеблющееся изображение Кафки с женщиной. Это явно фото, но как будто спроецированное на водную поверхность. По лицам изображений проходит легкая рябь, они начинают сближаться, потом отдаляются друг от друга, и Кафка уносится в темноту вечности.

После этого я попадаю в лабиринт из какой-то прозрачной ткани, потом прохожу мимо черной блестящей стены, состоящей из одинаковых шкафчиков и вызывающей ассоциацию с канцелярией и колумбарием одновременно. На каждом ящичке надпись Emil Kafka, Jozef K., Dr Huld, Klamm Block и др. Неожиданно обнаруживаю, что брожу одна в этих черных стенах, состоящих из шкафчиков (дергаю за ручку одного – камуфляж, мистификация). Почему-то мне становится не по себе: меня ждет внучка, а я потеряла счет времени и не очень представляю, где нахожусь и где выход. Мне приходит в голову, что я и в жизни заблудилась и не знаю, куда идти и что делать. Поднимаюсь по какой-то лестнице, ступени которой слегка подсвечены красным, слышу за спиной шаги, оборачиваюсь, – никого. Звучит скрипка, кричит ворон. Наконец, вижу квадрат светлого пространства, – спешу туда и оказываюсь в комнате с зеркальными стенами. На стульях сидят три бесстрастных японца. Почему-то сажусь рядом. Через несколько секунд на противоположной стене возникает размытое, как на старой фотографии, изображение путника на фоне пражских башен, бредущего по дороге. Зеркала повторяют изображение.

Насилу нахожу выход, напоследок слышу крик ворона, и выхожу на свет с осязательным сердцебиением.

Меня уже ждет Алиса».

**Научная концепция экспозиции выставки
«Старый альбом: история в сафьяновом переплете»¹**

Актуальность:

- Альбомы – значимые визуальные источники в системе современной историографии – документы эпохи и быта. Несмотря на это, научному анализу до сих пор подвергалось в основном их *содержимое* (тексты, фотографии, рисунки), а не общая структура, характеризующая альбом как самостоятельный феномен.

- Альбомная культура современности (семейный, корпоративный, юбилейный фотоальбом, фотокнига, фотоблог, дембельский альбом, девичий альбом) является результатом развития коммуникативных функций альбома и имеет аналоги в прошлом. Реконструкция истоков позволяет выявить традиции, тенденции, прогнозировать перспективы, обогащать текущую практику.

- Личная коллекция альбомов – культурно значимый феномен, характеризующий сферу частного коллекционирования как форму сохранения культурного наследия, научного творчества автора коллекции, формирования культурного пространства. Теоретическая составляющая альбомной темы на сегодняшний день практически исчерпывается рядом работ, посвященных рукописному альбому. *Фотоальбом* конца XIX – начала XX в. до сих пор не являлся предметом научного интереса. Этим определяется весомый исследовательский потенциал коллекции как источника эмпирического материала. Публикация предметов посредством музейной выставки вводит материал в научный оборот.

Тема – альбом в городской культуре конца XIX – середины XX в. как «свидетель истории». Тема заявлена в названии: первая его часть («старый альбом») характеризует основной предметный ряд, вторая – «история в сафьяновом переплете», подразумевает источниковый аспект альбома, значимый для истории как науки о прошлом.

¹ Выставка была подготовлена и проведена студентами специальности «Музееведение и охрана памятников» ЧГИК в 2011 г. Авторы концепции и кураторы выставки – И. В. Андреева, А. В. Леготина.

Идея. Альбом с момента своего появления функционирует в обществе в синтезе материальной формы книги (кодекса) и авторского содержания – определенной структуры текстов, фотокарточек, подписей к ним, рисунков, аппликаций, подбора почтовых карточек и пр. Иными словами, альбом сам по себе является коллекцией, которая отражает круг интересов, семейную или корпоративную историю, социальную коммуникацию его автора. С другой стороны, собрание альбомов как результат коллекционерской деятельности характеризует автора коллекции. В данном случае – ученого-историка, для которого альбом как таковой и вкупе с его содержанием – и визуальный источник, и объект эстетического наслаждения.

Цель – концептуализация темы в рамках личной коллекции: раскрытие феномена личной коллекции и возможностей познания альбомной культуры рубежа веков через «памятники души» (В. Л. Пушкин), воплощенные в артефактах собрания.

Задачи:

- Охарактеризовать специфику собрания и его социокультурную ценность в контексте общекультурной значимости частного коллекционирования;
- Раскрыть особенности альбома как структуры вне зависимости от ее наполнения, поместить в фокус внимания альбом как целое, в котором содержание и форма его организации взаимосвязаны;
- Проиллюстрировать типологию альбома и его видовые особенности как следствие развития определенных традиций и удовлетворения потребностей в сохранении памяти, самореализации, репрезентации, социальной коммуникации;
- Воссоздать контекст бытования альбомов некоторых типов (какие потребности личности удовлетворял? Каким тенденциям моды следовал? Какому типу субкультуры соответствовал?), рассмотреть отдельные образцы альбомов как репрезентации эпохи и личности.

Источниковая база. Эмпирическая классификация предметов личного собрания позволяет выделить две основные категории альбомов:

- 1) альбом для организации и хранения визуальных материалов и
- 2) альбом как собрание текстов и рисунков.

Хронологические рамки отобранных материалов – 1870–1910-е гг. Самая ранняя ориентировочная датировка предмета связана с альбомной тетрадью песен, стихов и перовой графики; самый поздний предмет – девичий альбом, последние записи в котором были сделаны в середине 1920-х г.

Группа **альбомов для визуальных материалов** включает:

- **Альбом для фотографий** – издание полиграфической промышленности, выполненное в форме кодекса и предназначенное для хранения фотографий либо других тиражированных изображений. Отличается разнообразием художественно-технического исполнения – особенностями переплета, декора, бумаги, картона, иллюстраций. Это материальная оболочка визуальной истории, выполненная полиграфическими средствами. Материальные характеристики и оформление – одно из средств семиотизации альбома на этапе формирования спроса – предложения. Создание альбома начинается с его приобретения. Поэтому логично с этого комплекса предметов начать экспозицию.

- **Фотоальбом** – способ организации фотографий; служит для сохранения, организации, демонстрации и интерпретации снимков. В контексте темы важно, что «фотография – не готовое визуальное сообщение, а только материал для создания сообщения, сообщением она становится лишь в акте коммуникации» [Бойцова, 2010]. Альбом – и есть форма коммуникации на «языке фотографии». Поэтому основная задача экспозиционного показа фотоальбомов – их характеристика как сложноорганизованного текста. Это отличает альбом от стопки фотографий: «показ фотографий в стопке можно сравнить с разговорной речью, а показ снимков в альбоме – с речью поэтической» [Бойцова, 2010]. Важно подчеркнуть, что со временем текст этот приобретает значение исторического источника. Его характеристики типологически окрашены. Имеющаяся типология фотоальбомов недостаточна для характеристики представленного в коллекции многообразия. В ней имеют место: семейный альбом, биографический, альбом, рассказывающий о событии, корпоративный альбом, подносной (подарочный) альбом. Семиотизация этих альбомов осуществляется посредством темы и ее последовательного (как в книге) развертывания. Чаще всего способ организации фотографий осуществляется в линейном времени. Выразительным предметом этого ряда является альбом Белостокского

института императора Николая I. Отбор, последовательность фотографий, выбор титульного и завершающего снимков, организация разворотов, наличие и характер маргиналий, особенности студийных и любительских фото и их сочетания, ритм повторов, портретных, жанровых, пейзажных снимков – основные средства альбомного нарратива. Интересный ракурс исследования – подпись к фотографии в альбоме и надпись на фотографии. Первая – интерпретирует снимок в контексте альбомного повествования, вторая – часть фотографического сообщения. Таким образом, демонстрация фотоальбомов предполагает два ракурса: документальный (летопись эпохи и быта) и семиотический (специфика альбомного повествования). И тот, и другой предполагают, что альбом функционировал не только в период своего создания, но и последующего использования. В течение последующих десятилетий в нем появлялись вложения, записи, некоторые фотографии изымались или вымарывались в том числе и по цензурным соображениям (например, в альбоме Белостокского института были механически повреждены (выскоблены) фотоснимки учителей богословия.

- **Альбом как способ организации коллекционного материала.**

В данном собрании эта категория альбомов представлена *филокартическими* альбомами, выпущенными издательством Государственная Третьяковская галерея и имеющими соответствующий тисненый заголовок на обложке. Коллекция свидетельствует об использовании в качестве филокартических альбомов универсального типа – с картонными страницами и стандартными прорезями, в которые можно было поместить как фотографии, так и почтовые карточки. Феномен филокартического альбома также следует комментировать в сравнении с комплектом открыток. Систематизация художественных открыток в альбоме позволяла презентовать коллекцию, создать собственную экспозицию, проявляя свои пристрастия, документировать посещение музея или служить источником изучения истории искусств. Иными словами, филокартический альбом также позволял реализоваться *авторскому* творчеству составителя коллекции. Альбомы с портретами писателей или видами городов могли выполнять другие функции. Из четырех альбомов два содержат именно такие коллекции, причем, один из них (с видовыми открытками, выпущенными в Германии в 1930-е гг.), возможно, имеет трофейное происхождение. Этот альбом примечателен пря-

мым указанием на филокартическое назначение: на его обложке есть заголовки «Post-kard». Показ и интерпретация альбомов требуют ответов на вопросы об истории филокартического коллекционирования, выпуска художественных открыток и, в частности, открыток из собрания Государственной Третьяковской галереи (ГТГ), выпуска филокартических альбомов ГТГ, комплектов фоторепродукций портретов писателей (возможно, они создавались на заказ отдельными фотосалонами). В поле зрения должен попасть факт бытования филокартического альбома, связанный с использованием его в качестве семейного фотоальбома.

Группа альбомов, организующих тексты и рисунки включает:

- **Гимназический альбом** в отличие от фотографического документирует жизнь души с помощью слова, любительского рисунка, самостоятельного декора доступными автору средствами. Он тоже представляет собой целостную структуру, несмотря на множество авторов и цитатный характер. Его смыслообразующим началом является адресат, владелец альбома, который одновременно выступает и в качестве адресанта. Гимназический альбом конца XIX – начала XX в. – преимущественно девичий, характеризующий гимназическую или школьную среду.

- **Альбом набросков, зарисовок**

Экспозиционное пространство Музея книги Научной библиотеки ЧГАКИ представляет собой стандартную учебную аудиторию (площадью примерно 50 кв. м.). Пространство многофункционально и используется в качестве читального зала для научной работы, хранения фонда редких книг, проведения имиджевых мероприятий, организации выставок. Это создает особую сложность для проектирования экспозиции, так как в пространстве стационарно размещены автоматизированные рабочие места читателей и библиотекарей, книжные шкафы. В качестве выставочного используется интерьерное оборудование, имеющее ограниченные возможности для создания объемно-пространственных предметных композиций. Центр зала занимает большой стол овальной формы.

Недостатки зала одновременно выступают в качестве достоинств. Так, академически-библиотечная атмосфера зала органична тематике выставки и особенностям предметного материала. Автоматизированная рабочая зона может выступать в качестве выставочного эпилога, демонстрируя

современные медийные формы альбома – фотоблог, «живой журнал», мультимедийная фотокнига.

В этих условиях экспозиционное зонирование целесообразно осуществить следующим образом. Экспозиционные комплексы следует расположить вдоль трех стен, оставляя свободным центр зала, где находится стол, который может использоваться и как «игровая площадка», и как «зрительный зал», и как «круглый стол» для дискуссий и творческих встреч. Пространственное деление зала на разделы предопределяется стационарным расположением витрин и шкафов для размещения экспозиции. Входной комплекс размещается в шкафу-витрине, отделяющей рабочее место библиотекаря в глубине зала справа от входа. Маршрут осмотра предусматривает движение по часовой стрелке. Первый раздел «Вещь для руки» размещается у стены слева и занимает пространство стены и три горизонтальные витрины – тумбы. Остальные разделы занимают главную стену зала. Размещаются в двух горизонтальных витринах и трех шкафах.

**Расширенная тематическая структура выставки
«Старый альбом: История в сафьяновом переплете»**

Входной комплекс

Альбом как предмет научного интереса историка. Экспозиционный образ раздела – кабинет ученого. На книжных полках – книги по проблематике визуальных источников (сб. статей «Очевидная история», эссе Нарского, издания фотоматериалов – «Челябинский альбом» и др.); книги из библиотеки автора коллекции; издания его научных трудов. Авторизованные машинописные листы, страницы рукописей статей. Предметы коллекции – образцы старых альбомов, фотографии. Атрибуты кабинета – письменный прибор, канцелярские принадлежности, кабинетная пластика и т. п.

Раздел 1. «Вещь для руки» (фотоальбом как артобъект)

Альбом для фотографий как артобъект с точки зрения конструктивных особенностей, декора, иллюстративного сопровождения, техник и материалов¹. В трех горизонтальных витринах по принципу «экспоната в фокусе» в закрытом виде экспонируются три наиболее аттрактивных альбома. Их содержание (оформление форзаца, титульного листа, форма паспар-

¹ Появление фотоальбома авторы публикаций по данной теме склонны связывать с индустриализацией фотографии. В 1854 г. Адольф-Эжен Диздери (1819–1890?) запатентовал в Париже «карт де визит» – камеру с четырьмя объективами, которая делала восемь небольших фотографий размером 3,25 на 1,125 дюйма на полной пластине размером 6,5 на 8,5 дюйма. Эти восемь фотографий, каждая из которых представляла собой визитную карточку размером 4 на 2,5 дюйма, продавались вдвое дешевле того, что обычно запрашивали портретные фотографы за один полноформатный отпечаток. К середине 1860-х г. цена «карт де визит» упала до одного доллара за дюжину. Их оставляли после визитов или обменивались ими в дни рождений и праздников. Мода на *portrait-carte de visite* привела к тому, что нужно было найти способ хранить несметное количество карточек, полученных от родственников или друзей. Выход был найден – альбом для визитных карточек.

Альбомы дополнили интерьерную экспозицию семейных фотографий. «Кабинетные», «макарт», «будуарные», оправленные в овальные или прямоугольные рамки, они стояли на бюро и туалетных столиках, висели на стенах, принося в интерьер особую атмосферу теплоты и уюта. Моду на фотографии и альбомы, пришедшую в Россию из Франции называли «французской заразой».

Некоторые альбомы продавались по обычной цене, но были и искусно сделанные, переплетенные хорошо обработанной и дорогой кожей. Такой альбом стал обязательной принадлежностью, незаменимым предметом беседы в каждой гостиной, салоне и художественной мастерской того времени. Нередко он становился объектом подарка, на что указывают надписи на форзацах. Фотографии и альбомы в конце XIX в. стоили достаточно дорого, но пользовались большой популярностью, как в среде аристократов, так и среди чиновников и купечества.

ту, иллюстрации, декор и пр.) раскрывается через информационные стенды с воспроизведениями страниц.

Музейная коммуникация должна акцентировать не только эстетические качества фотоальбома, но и его книжную форму, располагающую к повествовательности, поиску сюжета в организации альбомного содержания, а значит, авторскому самовыражению.

Раздел 2. «Альбом есть памятник души» (фотоальбом как визуальная история)

Видовое многообразие альбома конца XIX – начала XX в. Альбомы стали хранителями памяти и истории отдельных семейств и династий, элементом корпоративной этики, они создавались (и даже тиражировались) по случаю определенных событий. Юбилейный альбом могла сопровождать адресная надпись. Биографические и семейные альбомы в связи с развитием любительской фотографии в буквальном смысле «перешагнули» рамки студийного фото и превратились в многослойное повествование со сложной компоновкой снимков на странице, игрой размеров и форм фотографий, любительским декором. Подобное авторское творчество развертывалось на страницах картонных альбомов, в которых не было сдерживающих рамок паспарту, и фотографии можно было вклеить в соответствии с замыслом.

Альбомы фотографий конца XIX – начала XX в. – репрезентации истории в двух измерениях. Семейные и биографические альбомы – история в гуманитарном измерении. Она представлена не только лицами прошлого (и позапрошлого) века, но и сценами истории повседневности. Корпоративные альбомы – история в социологическом измерении – история предприятий, учреждений, событий государственной важности. Корпоративные альбомы объединяли в основном студийные фото, либо жанровые снимки, сделанные профессиональным фотографом.

Предметы раздела размещаются в двух вертикальных шкафах-витринах и демонстрируются коллекционным методом с применением тематического и музейно-образного. Ведущими экспонатами первой витрины являются *подарочный альбом и семейный альбом из архива Е. Н. Алешко*. Это единственный предмет, не являющийся предметом личной коллекции, введенный в экспозицию в качестве иллюстрации типа семейного альбома. Он может экспонироваться наряду с другими семейными реликвиями семьи Алешко – бронзовой

плакеткой и сахарницей конца XIX в. – символами семейной памяти. Альбом демонстрируется в развернутом виде, что позволяет обратить внимание на отбор и композицию фотографий на развороте, оценить трогательный декор. На отдельный стенд выносятся фотокопии снимков, характеризующих образ жизни, досуг, типы конкретной сословной группы, что позволяет анализировать альбом в ракурсе истории повседневности.

Фокусным экспонатом второй витрины является альбом Белостокского института императора Николая I. Через систему воспроизведений отдельных страниц характеризуется структура альбома. Жанровые снимки выносятся на отдельный стенд и интерпретируются в контексте следующего раздела.

Раздел 3. «Учебник чувств» (рукописный альбом)

Тематический показ коллекции гимназического девичьего альбома. На рубеже веков он утратил черты элитарности и стал элементом массовой культуры воспитанниц закрытых учебных заведений. Альбомы выполняли роль песенников, сборников полюбившихся стихотворений, всевозможных пожеланий, рисунков, «формул любви», литературных опытов. С помощью разворотов и воспроизведений отдельных страниц демонстрируются канонические особенности девичьего альбома.

Вещевым символом времени и конкретной среды бытования альбома могут быть предметы, характерные для образа гимназистки: дореволюционные учебники, пяльцы с вышивкой и швейные принадлежности, беллетристика или журналы, школьный воротничок, фотографии, засушенные цветы.

Раздел 4. «Домашняя галерея» (филокартический альбом)

Филокартический альбом – форма реализации авторства коллекции. Его возникновение, очевидно, связано с возникновением почтовой карточки (открытого письма) и популяризацией филокартии. Альбом выступал стимулом к созданию коллекции (Государственная Третьяковская галерея выпускала альбомы со специальной маркировкой, альбом зарубежного происхождения тоже имеет название «Post-kard»). Картонные страницы этих альбомов имеют специальные прорезы под стандартный формат художественной открытки. Помимо двух названных альбомов ведущим предметом раздела является альбом с коллекцией фоторепродукций портретов писателей.

Предметы раздела экспонируются в двух горизонтальных витринах между шкафами.

Приложение 4

Тематико-экспозиционный план выставки «Старый альбом: история в сафьяновом переплете» [Фрагмент]

Тексты	Названия подтем или экспозиционных комплексов	Название экспоната и атрибуционные данные	Вид экспоната	Размеры, материал	Примечания
Заголовок раздела «Вещь для руки»					
Текст о вторичности альбома по отношению к фотографии; особенности размеров фотографии, что ведет к развитию фотографической культуры в целом.	Тематический комплекс, посвященный фотографическим форматам	Фото формата миньон, макарт, «cartes-de-visite» фотографические бланки различных фотографелье	Подлинники		Горизонтальная витрина № 2
Текст об альбоме как арт-объекте, воплощающем в себе идею модерна о синтезе искусств; данный альбом рассматривается как наиболее декоративный; актуализируется идея синтеза, а также особо подчеркивается неорусский стиль, как необходимый для понимания особенностей культуры серебряного века.	Альбом как арт-объект	Альбом в стиле модерн Россия. 1890–1910-е гг.	Подлинник	27,5x21,0x7,0 Кожа, дерево, картон, бумага, ткань, металл	Горизонтальная витрина № 3
		Настенный стенд - репродуцированное внутреннее содержание альбома с золотыми ирисами в стиле модерн	Воспроизведения страниц альбома	Ф А3x2 шт	В среднем поясе над горизонтальной витриной № 3

Тексты	Названия подтем или экспозиционных комплексов	Название экспоната и атрибуционные данные	Вид экспоната	Размеры, материал	Примечания
<p>Текст о популяризации альбома и развитии его новой имиджевой функции; альбом становится частью оформления интерьера – способом экспонирования фотографических коллекций, располагающихся в парадных помещениях.</p> <p>Главный действующий персонаж данного раздела Николай Каразин – художник, оформивший экспонируемый альбом.</p>		Альбом с накладкой «Тройка» 1890–1910-е гг.	Подлинник	33,8x19,5x5,4 Дерево, ткань, картон, бумага, металл	Горизонтальная витрина № 4
		Настенный стенд – репродуцированное внутреннее содержание альбома с накладкой «Тройка»	Ф А3х2 шт	воспроизведение	В среднем поясе над горизонтальной витриной № 4
		Альбом для фотографий с эмальеркой «Избушка» 1890–1910-е гг.	Подлинник	21,3x18,0x5,7 см Кожа, ткань, дерево, картон, бумага, металл	Горизонтальная витрина № 5
		Настенный стенд – репродуцирование содержания альбома с эмальеркой «Избушка»	Ф А3х1шт	воспроизведение	В сред. поясе над горизонт. витриной № 5

**Примерная структура технического задания
на разработку дизайн-проекта выставки¹**

«I. Аналитическая часть

1.Какова ведущая тема выставки?

Ведущая тема – это изложение того, чем уникален и значителен музей в целом и стационарная экспозиция или выставка в частности.

2.Кто принадлежит к вашей целевой аудитории?

3.Каков ваш бюджет?

4.Какие цели вы хотите достичь организацией выставки?

Подготовьте ясное изложение намерений, приоритетов, задач, границ и ограничений. Определение целей помогает сформировать содержание и объём, определить направление.

5.Рассмотрели ли вы возможности партнерства?

II. Проектная часть

1.Определите основную сюжетную линию экспонатов. Используя в качестве руководства ведущую тему и собранную вами информацию, определите основную сюжетную линию, проходящую через все экспонаты. Это помогает в организации информационного потока. Спланируйте вступительную экспликацию или экспонат, а также заключительную экспликацию или экспонат, суммирующий выставку в целом. И то, и другое должно подкреплять вашу ведущую тему.

2.Определите основную тему каждого экспоната. Разделите сюжетную линию на тематические блоки для выделения основного акцента каждого экспоната. Сделайте предварительное описание сюжета, включая в него целевую направленность каждого экспоната.

3.Определите тематическую конкретику каждого экспоната. После определения основной темы каждого экспоната разработайте его тематическую конкретику – изложение конкретных развернутых сведений.

¹ Печ. по: Виттебург Л. П. Просто замечательная выставка: практическое руководство по проведению временных выставок // Просто замечательная выставка! / сост. Е. Б. Ливанова. М., 1999. С. 11–38.

4. Составьте общую характеристику научно-содержательной стороны экспонатов. В составлении характеристики вам поможет собранная тематическая конкретика. Вся информация по каждому экспонату должна подкреплять тематическую конкретику этого экспоната. Например, “перелетные птицы” – это тема, а “перелет птиц зависит от прибрежных местобитаний” – это тематическая конкретика. Существует огромное количество разной информации по теме перелета птиц, тематическая же конкретика, связанная с использованием птицами прибрежных мест обитания при перелетах, фокусирует эту информацию. Учтите предварительные знания ваших посетителей по данным предметам.

5. Организуйте экспозиционное пространство, составьте схему-диаграмму. Укажите на предварительной схеме общую организацию пространства и перемещение потока посетителей. Как вы хотите, чтобы посетители продвигались по выставке – планируете ли вы линейное продвижение или свободный подход посетителей к экспонатам? или предусматриваете сочетание того и другого? Если вы хотите направлять передвижение посетителей, то как собираетесь этого достичь? Как можно использовать экспозиционное пространство и конфигурацию экспонатов для регулирования движения посетителей?

6. Разработайте предварительные концептуальные планы. Сюда входят тематическая конкретика, последовательность показа и типы экспонатов, их внешний вид и т.д. Дайте предварительные предложения по материалам изготовления и форматам. Например, диорама, монографический или объёмный макет. Дайте предложения по способам активного вовлечения посетителей, например постановка вопросов, написанных на этикетках, или какие-нибудь ставни или дверцы, которые можно открывать. Дайте соображения о способах привлечения внимания посетителей с помощью различных техник исполнения экспонатов, тематики или видов интерпретации.

7. Составьте список предметов (“артефактов”), фотографий и художественных материалов. В список можно также включить макеты, реконструкции, архивные материалы, графики, таблицы, карты и аудиовизуальные элементы. Обозначьте размер по каждой позиции, а также местонахождение. Если вам нужно взять на время некоторые компоненты, укажите также и их вместе с предполагаемым местонахождением.

8. Доставьте оригиналы фотографий, художественных материалов и объектов. Они понадобятся дизайнеру для определения окончательных размеров».

Приложение 6

Типовой вариант брифа¹ на разработку дизайн-проекта выставки

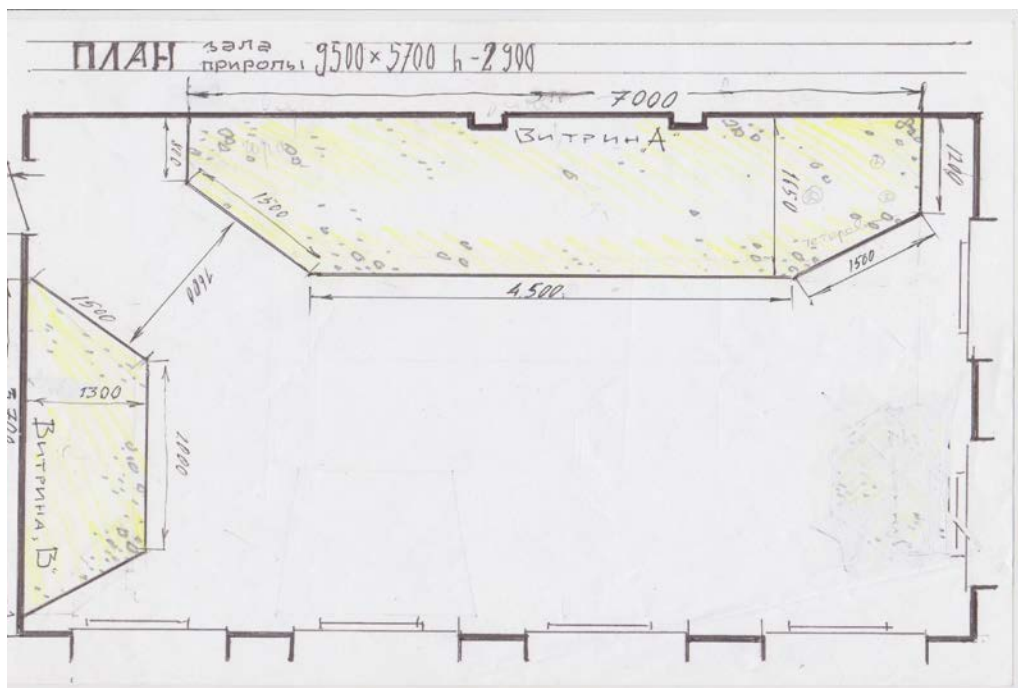
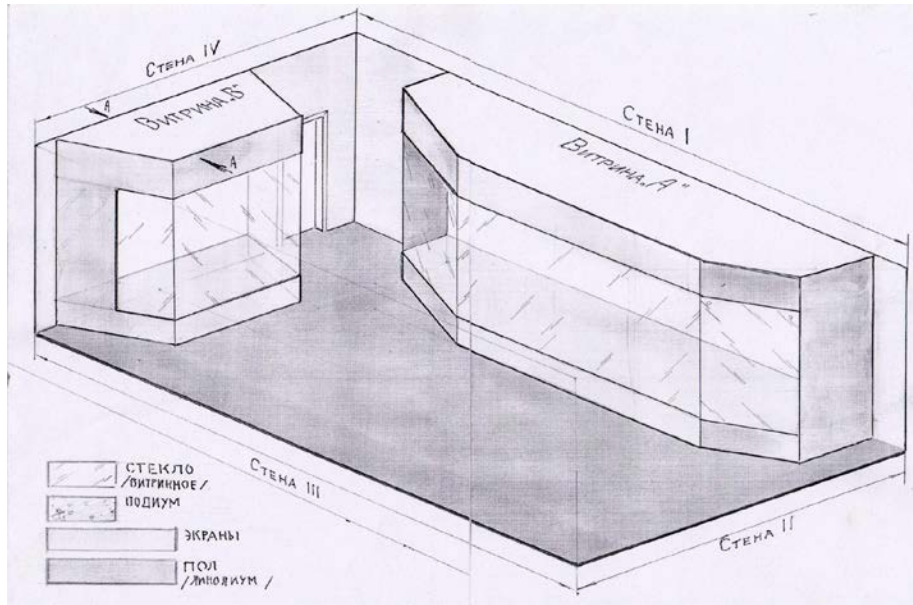
Заказчик	
Дата выдачи задания:	
Планируемые работы по проекту	
Этапы/срок сдачи работ	
Информация о Заказчике	
Отрасль/область деятельности	
Контакты	
Контактное лицо	
Общая информация	
Объект проектирования	
Место проведения выставки:	
Цель и задачи организации выставки:	
Количество и площади функциональных зон:	
Экспонаты (виды, общая характеристика, примеры)	
Прочее оборудование	
Дизайн	
Стилистика и функционал	
Чувственные и эмоциональные ассоциации	
Образ потенциального посетителя выставки:	
Дополнительные пожелания	

¹ Бриф (от англ. 'инструкция, сводка') – краткая письменная форма согласительного порядка между планирующими сотрудничать сторонами, в которой прописываются основные параметры будущего программного, графического, медийного или какого-либо иного проекта. (Бриф // Википедия. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Бриф>.)

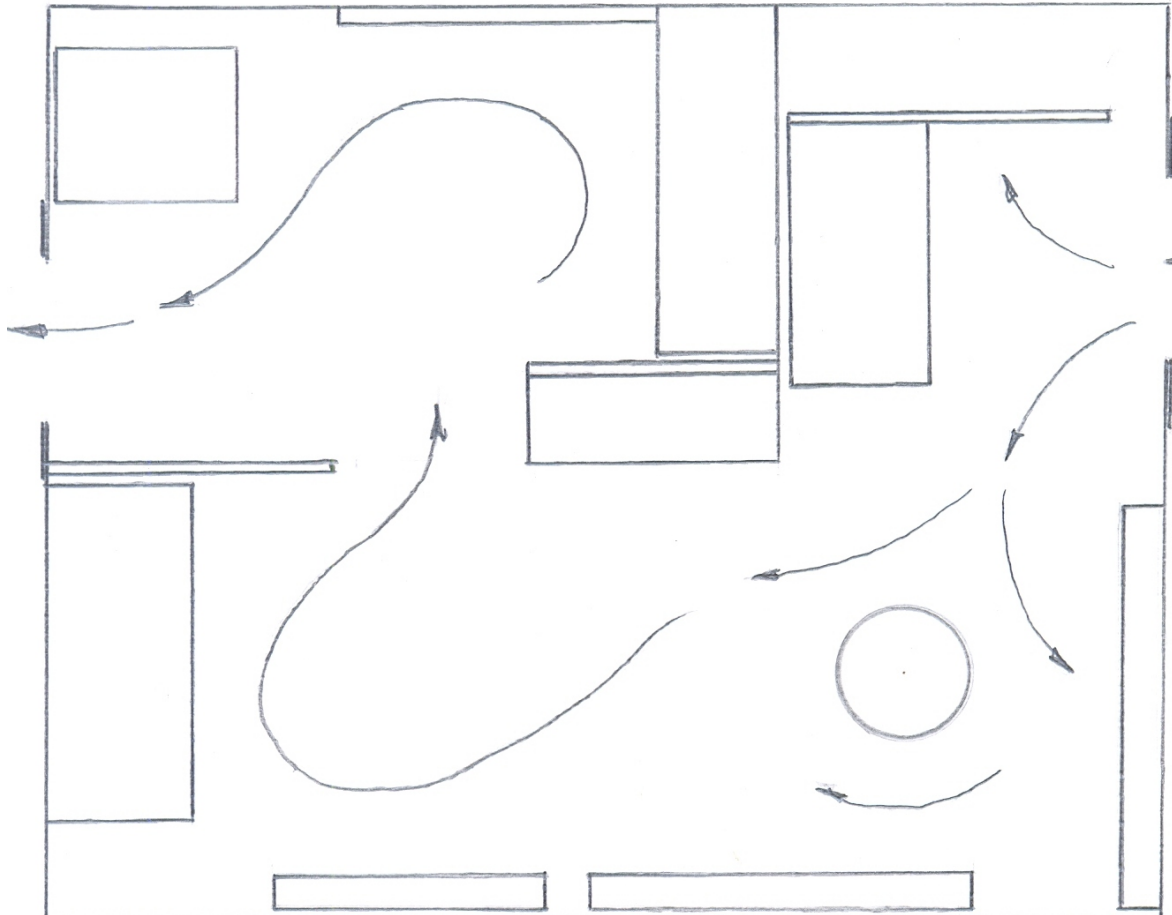
Документация художественного проектирования экспозиции

Эскизный проект

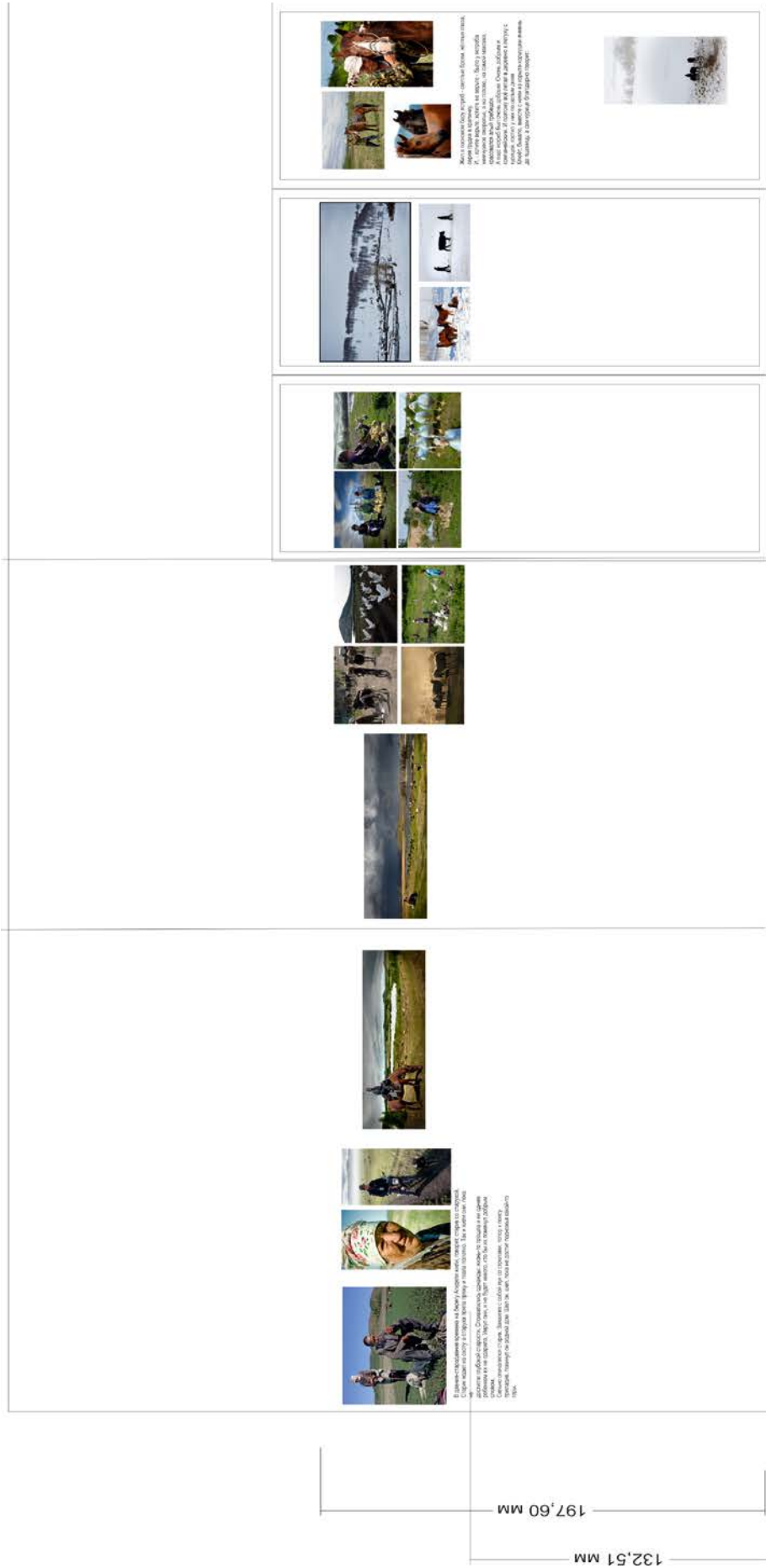
Схемы реконструкции отдела природы историко-краеведческого музея
г. Верхний Уфалей. 2015 г. Художник В. Малых
План отдела природы. Расположение диорам



Масштабные планы выставки



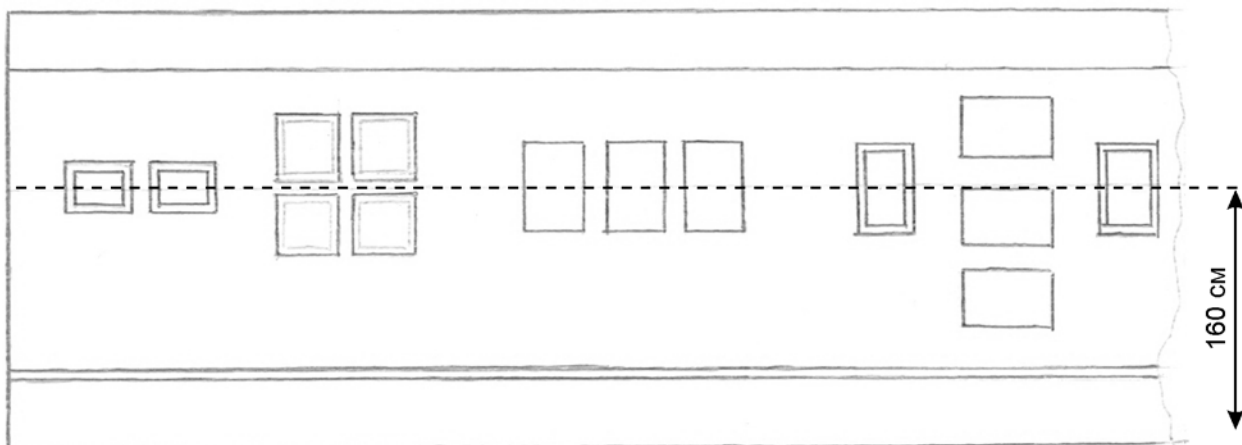
а) Масштабный план зала (вид сверху) с маршрутом осмотра



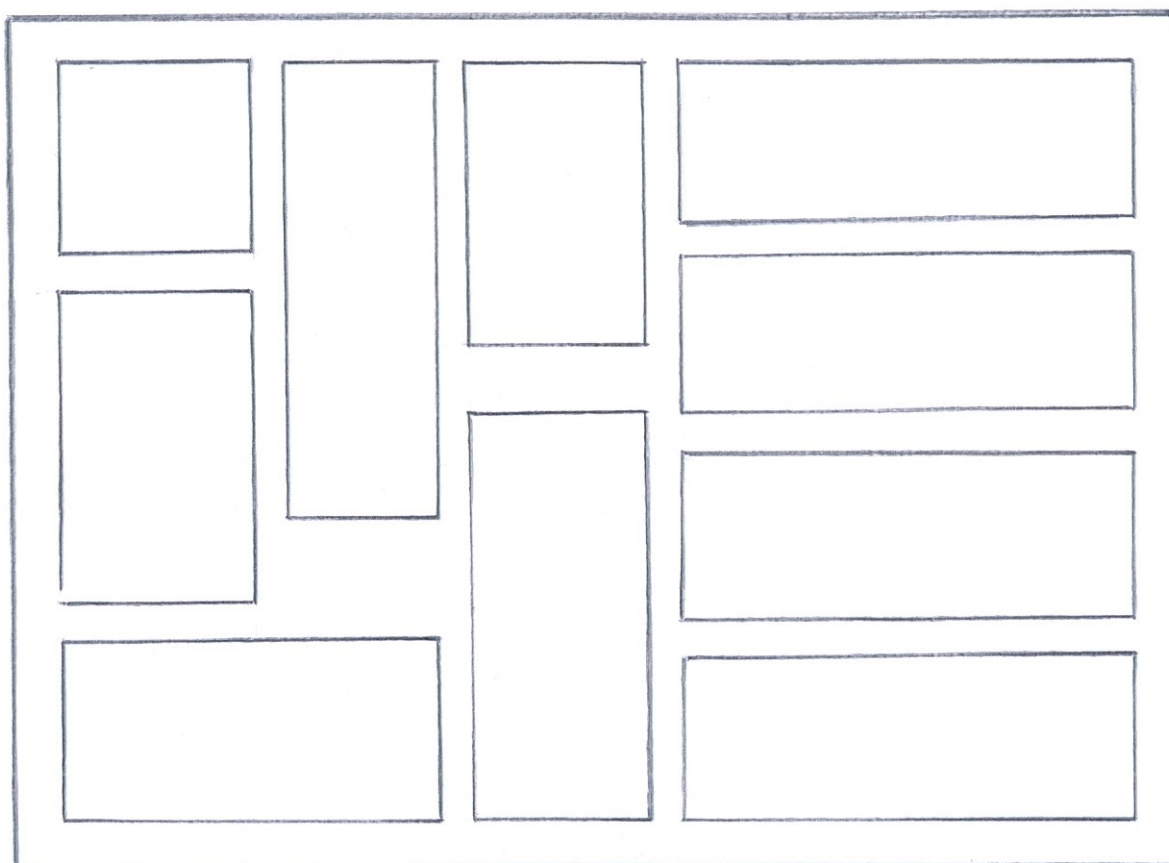
б) Развертка стены. Размещение обрамленных экспонатов (фотографий).
 (Выставка «Башкирия без границ», Музей истории Южного Урала, 2013, экспозиционный комплекс «Пастухи»).



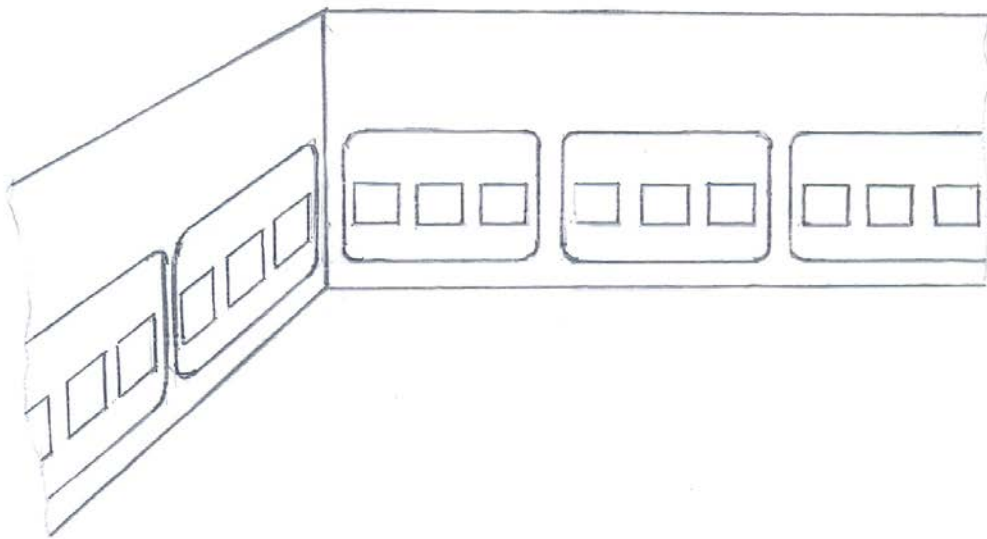
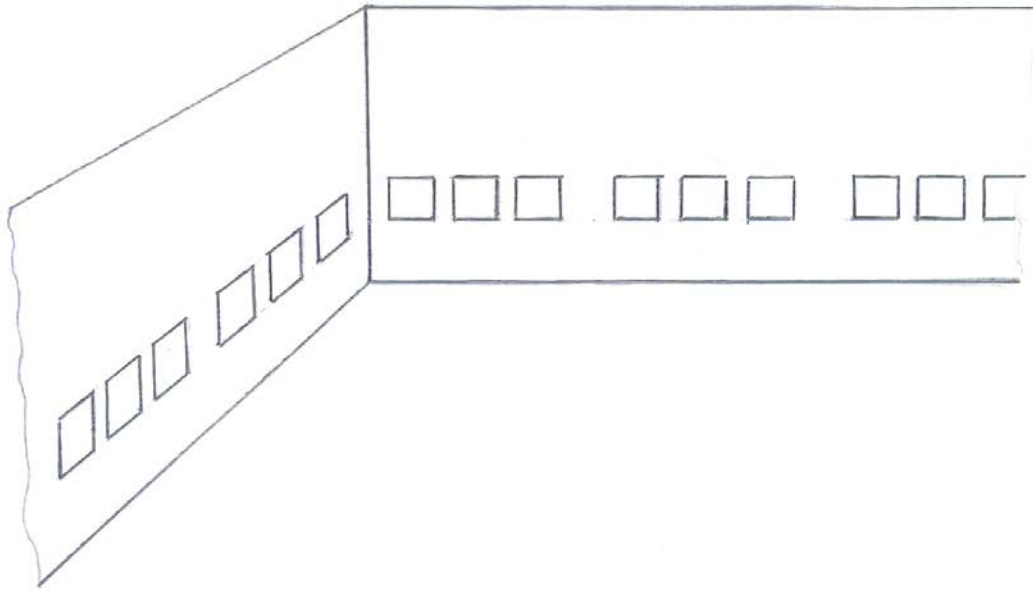
в) Развертка стены. Размещение обрамленных экспонатов (фотографий). (Выставка «Башкирия без границ», МИОУ, 2013, экспозиционный комплекс «Мечеть»)



г) Развертка стены. Развеска обрамленных экспонатов с чередованием зон предметной насыщенности и паузами. На рисунке обозначена высота зрительного пояса и «горизонтальная» линия стены. Размещая предметы на плоскости целесообразно следовать этим антропометрическим величинам



д) Масштабный план раскладки предметов прямоугольной формы на основе краевого типа выравнивания



е–ж) Визуальное уменьшение размеров большого помещения с помощью дополнительных стендов – поверхностей, на которые крепятся экспонаты

Приложение 9

Рекомендуемые размеры шрифта экспозиционного текста¹

Вид текста	Расстояние между читающим и текстовой панелью	
	0–1,5 м	1,5–2 м
Общий заголовок	72 pt	96
Заголовки рубрик	48	72
Основной текст	24	48
Подписи к иллюстрациям	18	24

Приложение 10

Советы создающему экспозицию²

«Во время посещения какой-либо выставки внимательно изучите ее, отвечая для себя на приведенные ниже вопросы. Делайте записи и простейшие наброски-схемы. Вы можете фотографировать экспозиции, а также вносить дополнения в список нижеприведенных категорий экспозиций. Все это может оказаться полезным для Вас при осуществлении выставочных проектов в будущем.

1. Когда вы входите в секцию выставочного павильона, знаете ли Вы, куда идти в самом начале? Имеются ли указатели, которые помогают Вам при прохождении остальной части экспозиции? Если да, то какие? Выстроена ли информация таким образом, что она помогает Вам двигаться в определенной последовательности или нет? Нарисуйте план-схему.

2. Выделите экспозицию, которая Вам очень понравилась. Что привлекло к ней Ваше внимание в самом начале? Чем она Вас заинтересовала далее?

3. Найдите экспозицию, которая Вам не понравилась. Почему? Что бы Вы предприняли, чтобы сделать ее более привлекательной для Вас?

4. Найдите так называемую "интерактивную" экспозицию (предусматривающую взаимодействие с посетителем, но не включающую ком-

¹ Печ. по: Остановись и прочитай. С. 61.

² Печ. по: Просто замечательная выставка! / сост. Е. Б. Ливанова. М., 1999. С. 31.

пьютер). Чем она Вам понравилась? Нарисуйте, как она функционирует. Эффективна ли она в передаче информации посетителям?

5. Приведите удачный пример организации темпа прохождения по экспозиции. Каким образом это достигается - с помощью цвета, освещения, архитектуры?

6. Приведите пример графической схемы, которая успешно разъясняет какую-нибудь концепцию с использованием небольшого количества слов. Понятна ли эта концепция полностью или какие-то ее детали неясны?

7. Найдите экспозицию, созданную специально для детей. Представьте себе ребенка, которого Вы знаете. Подумайте, понравилась ли бы ему эта экспозиция? Если да, то целиком или только какие-то ее фрагменты? Если фрагменты, то какие? Теперь представьте себе очень активного ребенка. По Вашему мнению, имеется ли что-нибудь в экспозиции, что такой ребенок может разбить, оторвать, порвать или чем он может пораниться сам?

8. Выделите экспозицию, которая произвела на Вас особое впечатление, затронула Вашу душу. Чем и какими элементами экспозиции вызваны такие чувства?

9. Найдите забавную экспозицию. Что в ней забавного, смешного? Что интересного можно узнать во время ее просмотра? Эффективна ли такая экспозиция в передаче информации? Почему?»

Учебное издание

Ирина Валерьевна **Андреева**

ТЕХНОЛОГИИ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Учебное пособие

по направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность

Уровень высшего образования бакалавриат
Программа подготовки: академический бакалавриат
Квалификация: бакалавр

Редактор Е. Н. Алешко
Дизайн обложки – А. В. Пешков

Заказ № 1686. Сдано 12.03.2018. Подписано к печати 20.04.2018
Формат 60x84/16. Объем 12 п. л. Тираж 100 экз.

Отпечатано в Челябинском государственном институте культуры. Ризограф
454091, Челябинск, ул. Орджоникидзе, 36а