



**Витковская
Светлана
Владимировна**

старший преподаватель,
Санкт-Петербургский госу-
дарственный университет,
Санкт-Петербург,
Российская Федерация

e-mail:
s.vitkovskaya@spbu.ru



**Копытова
Марина
Петровна**

магистр дизайна,
дизайнер,
АНО ВО «Институт
современного искусства»,
ГМЗ «Петергоф»,
Санкт-Петербург,
Российская Федерация

e-mail:
onapanwoman@gmail.com



**Толстова
Александра
Андреевна**

старший преподаватель,
Санкт-Петербургский госу-
дарственный университет,
Санкт-Петербург,
Российская Федерация

e-mail: a.tolstova@spbu.ru

Средовой подход в проектировании и экспертной оценке музейной среды

По мнению авторов статьи, необходимость средового подхода в формировании современных экспозиционно-выставочных пространств в музейной среде очевиден. Авторы предлагают рассматривать его как инструмент экспертной оценки. Используя комплексный подход в анализе музейной среды, базирующийся на триаде «среда — процессы — дизайн», проектировщик может не только придумать новое пространство музея, но и оценить существующую музейную среду экспозиций с точки зрения ее успешности. Предложенный алгоритм неоднократно апробировался в проектной работе. Опираясь, прежде всего, на анализ процессов, дизайнер моделирует желаемые пользовательские сценарии. Подбирая инструменты для организации контекстной среды, он влияет на музейный нарратив, способный, в свою очередь, заинтересовать широкую зрительскую аудиторию. Экспертная оценка музейных экспозиций на этапах взаимодействия среды с процессами и дизайном дает возможность выявить и устранить возможные недостатки на любом из этих этапов, запуская процесс «саморегенерации».

Ключевые слова: дизайн-экспертиза, методы анализа, средовой дизайн, музейный конструктор, музейный дизайн, аналитика процессов.

VITKOVSKAYA S. V., KOPYTOVA M. P., TOLSTOVA A. A.

ENVIRONMENTAL APPROACH IN DESIGNING AND EXPERT EVALUATION OF THE MUSEUM ENVIRONMENT

According to the authors of the article, the need for an environmental approach in the creation of modern exposition and exhibition spaces in the museum environment is obvious. The authors propose to consider it as a expert review tool. Using a complex approach to the analysis of the museum environment, based on the triad «environment-processes-design», the designer can not only come up with a new museum space, but also evaluate the existing museum environment of expositions in terms of its success. The proposed algorithm has been repeatedly tested in project work. Based primarily on the analysis of processes, the designer models the desired user scenarios. Choosing tools for organizing the contextual environment, he influences the museum narrative, which, in its turn, can interest a wide audience. Expert review of museum expositions at the stages of interaction of the environment with processes and design makes it possible to identify and eliminate possible disadvantages at any of these stages, launching the process of «self-regeneration».

Keywords: design expertise, methods of analysis, environmental design, museum constructor, museum design, process analytics.

Введение

Изменение концепции формата музея от «храма науки и искусства» до «образовательно-развлекательного пространства коммуникации» потребовало более пристального внимания к роли и значению дизайна в этом процессе. Проблемный вопрос состоит в том, может ли новый формат обеспечить интересы всех посетителей музея? Не потеряет ли музей часть своей постоянной, верной аудитории в погоне за новой?

Гипотеза исследования предполагает, что для сохранения интереса к музею традиционной аудитории и привлечения новой

необходим сценарный подход в планировании стратегии взаимодействия «музей — посетитель», основанный на изучении запросов целевых аудиторий разного уровня вовлеченности.

Обзор разработанности проблемы в научной литературе

У истоков средового подхода в архитектуре и дизайне, его философской, теоретической и методологической базы стояли: О. И. Генисаретский, А. П. Зинченко, В. А. Никитин, А. Г. Раппапорт, М. Р. Савченко и др. В их работах происходит осмысление и оценка разных представлений о среде и средовом подходе.

Среда в них представляется как саморазвивающийся, сложноорганизованный и до конца не постигаемый социокультурный феномен. А. Г. Раппапорт писал, что «...среда строится на основе категории взаимопроникновения, диффузии организма и его окружения, стремится к преодолению их отчуждения и дистанцированности...» [1].

С исследованиями в области методики средового проектирования можно познакомиться в трудах МАРХИ таких авторов, как: В. Т. Шимко, А. А. Гаврилина, Е. С. Гагарина, Ю. П. Манусевич, Е. В. Микулина, Е. В. Стегнова, Т. А. Тимофеева, Т. О. Шулика. Так, по определению В. Т. Шимко, «...среда есть прямое, непосредственное созидание оптимальной жизненной реальности, существующей не “над” или “около”, а вместе с ее пользователем» [2]. Среда всегда проектируется с учетом процессов, которые в ней будут происходить, и в то же время «...среда не разделяет утилитарно-практические и эмоционально-художественные стороны этих процессов...» [3, 17]. Все компоненты проектирования — пространство, процессы, дизайн — сосуществуют на трех уровнях: идеи (передачи сообщения), эмоции (чувственного ряда) и прагматики (бытовой стороны).

Вторая сторона вопроса — это непосредственно дизайн выставочных пространств, который широко изучался в 1980-х гг. советской школой музееведения. С 1990-х гг. по настоящее время тема экспозиционного дизайна изучается «Лабораторией музейного проектирования», которая печатает материалы таких исследователей, как: Т. П. Поляков, В. Ю. Дукельский, А. В. Лебедев, А. А. Артамонов, Н. Г. Копелянская, М. Ю. Юхневич, Н. Г. Никитина, М. А. Хрусталева, А. А. Щербакова, Н. А. Никишин, М. Т. Майстровская, Т. П. Калугина, М. Е. Каулен, М. Б. Гнедовский и др.

Именно на стыке средового и музейного дизайна для перехода непосредственно к исследовательской части важно уточнить смысловое поле, на котором происходит взаимодействие дизайнера и музейного предмета. Трактовка музея как совместного проекта взаимодействия между аудиторией, художником и музейными работниками может быть рассмотрена через призму итеративных и взаимных отношений [4]. А. В. Лебедев отмечает, что «экспонат есть средство рассказа», а «музей — это такой специфический язык, где го-

ворят не словами, а предметами... где и возникает музейная коммуникация» [5]. Это может быть коммуникация посетителя с автором экспозиции, или посетителя с создателем (владельцем) предмета, и, наконец, самая сложная — межкультурная коммуникация. «В музейном контексте коммуникация появляется как предъявление результатов исследования, предпринятого в коллекциях, так и обеспечение информацией о предмете» [6, 34]. Подобные практики коммуникации влияют в том числе на музейный дизайн, на его обращенность к зрителю, а экспозиция становится многослойной конструкцией, а не просто эстетически верным размещением объектов в пространстве.

Методика экспозиционного проектирования всегда содержит научную концепцию, на основе которой формулируется состав музейных предметов, характер оформления, оборудования, навигации, сценария и других элементов. С помощью дизайна и свойств архитектурных пространств музейный проектировщик стремится не только рассказать историю предмета, но и произвести впечатление, показать конкретные образы. Сама идея музейного пространства постепенно трансформируется из инвертированного объекта-скульптуры в пространственную среду и не-объект [7].

Говоря о содержательной стороне экспозиции, нужно отметить, что она варьируется между двумя крайними полюсами — от предметно ориентированной до концептуально ориентированной, когда доминирует либо предмет, либо сообщение соответственно. «Выставочная среда для посетителя — это основной медиум в коммуникации» [8, 3]. Музеи и выставки продолжают оставаться мощным средством, вовлекающим посетителя и воздействующим на его ценности, знания и мировоззрение [9]. Успешный выставочный дизайн может «транспортировать» зрителя в «другой» мир, а дизайнер помогает трансформировать этот опыт.

Для перехода непосредственно к описанию средового подхода в проектировании и экспертной оценке музейной среды необходимо уточнить существующие алгоритмы создания музейной экспозиции, так, В. Ю. Дукельский подразделяет ее на четыре стадии.

Первая: научная концепция — описывает то, о чем музей хочет рассказать зрителю. На данном этапе происходит анализ материала, выявляются связи между предметами,

фактами, формулируется цель и содержание будущей выставки.

Вторая: сценарная концепция — формирует целостность экспозиции, держит ее в рамках основной идеи: «...включает: научное содержание, принципы подхода, контуры сценария, основные сюжетные линии и набор сюжетов, описание функционирования экспозиции (режим и расчет времени), перечень мультимедийных сценариев или программ» [10, 69].

Третья: художественная концепция — это проектирование конкретных образов на основе сценария в форме эскизного проекта или развертки всех стен.

Заключительная стадия: реализация экспозиции.

Например, процесс создания проекта музея на основании модели, разработанной Советом по дизайну Великобритании в 2005 г., включает в себя четыре основных этапа: обнаружение, определение, разработка и реализация, которые образуют два цикла дивергенции и конвергенции. В своей работе для Национального музея Финляндии проектировщики преобразовали этот процесс в шесть основных этапов с учетом графика и результатов: исследование, разработка, определение, тестирование, доработка и реализация [11].

В заключение контент-анализа необходимо сказать о том, что работа с музейными пространствами отражает междисциплинарный подход к изучению развития, роли и значения музеев в современном обществе. Рассматривает сложность музея с культурной, политической, кураторской, исторической и репрезентативной точек зрения [12].

Цель исследования

Показать, как методика комплексного анализа, используемая в дизайне среды, может быть применена в проектировании и в экспертной оценке музейной деятельности.

Методы исследования

Методы исследования заключаются в сборе и анализе данных о характере процессов, определяющих деятельность музея, в оценке характеристик и потенциала его пространственной среды и выявлении основных инструментов дизайна, влияющих на формирование ее эстетической и содержательной привлекательности.

Процесс исследования

Процесс начинается с оценки и анализа художественной и содер-

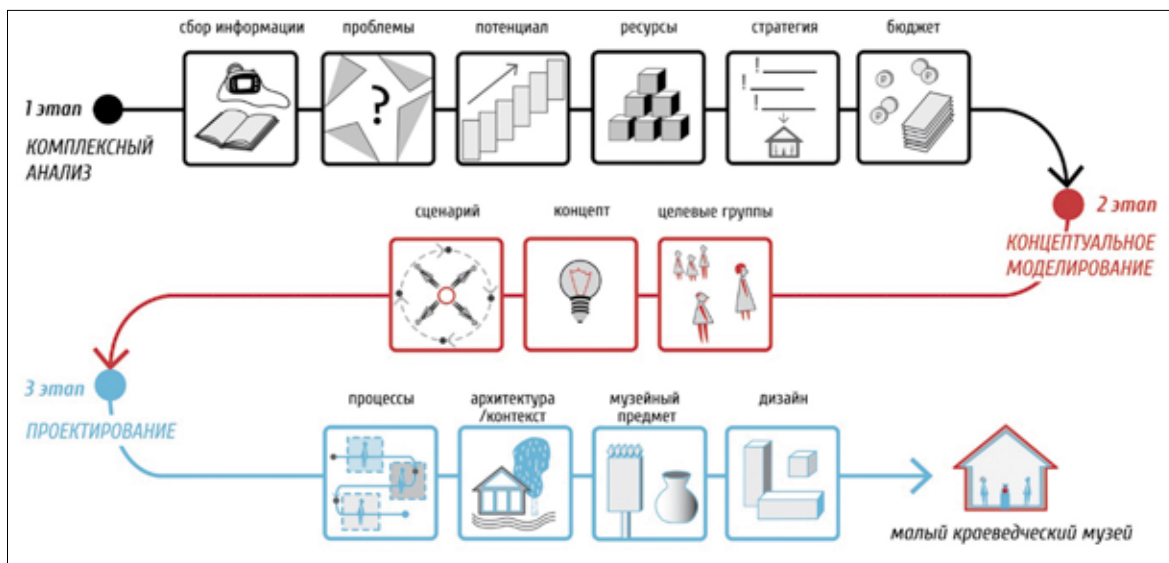


Иллюстрация 1. Музейный конструктор для малого краеведческого музея: на примере села Ильинско-Подомское Архангельской области. Автор М. П. Копытова. 2019 г.



Иллюстрация 2. Музейный конструктор, этап 1: Комплексный анализ. Автор М. П. Копытова. 2019 г.

жательной выразительности существующих музейных экспозиций. Предлагается найти связь между полученными от просмотра эмоциями и тем, в какой среде и с помощью каких инструментов дизайна было организовано впечатление. Речь идет не столько о способах экспонирования артефактов, сколько о разнообразии средового контекста. Именно в трактовке подачи артефактов содержится потенциал для развития музейного нарратива, способного обеспечить запросы широкой целевой аудитории.

Цель исследования — выявить и назвать инструменты дизайна, с помощью которых создается экспозиционная среда. Выявленные инструменты классифицируются, обобщаются и занимают свое место в триаде «среда — процессы — дизайн». Эти три составляющие, оказывая взаимное влияние друг на друга, позволяют создавать в среде музейных событий необходимый для посетителя контент.

Выявление и анализ инструментов дизайна не ограничивается средой экспозиций традиционных музеев. Смена парадигмы в организации музейных пространств диктует необходимость внедрения инструментов, характерных для среды временных выставок, праздничных городских событий, театральной и кинематографической среды. Каждый исследователь собирает «свой» дизайн-инструментарий, которым оперирует в процессе проектирования.

Исследование и анализ популярности, измеряемой количеством и составом посетителей музея, дают важные сведения для оценки его успешности и узнаваемости. Отсутствие потенциально привлекательной аудитории должно послужить сигналом к действию, своего рода триггером, способным запускать процесс самодиагностики, в ходе которой необходимо понять, как событийная среда и дизайн экспозиций музея формируют взаимодействие «посетитель — музей».

Процесс исследования позволяет выявить «болевые точки», к решению которых индивидуально подбираются дизайн-инструменты.

Рассмотрим применение средового подхода на примере «музейного конструктора», выполненного для Вилегодского краеведческого музея в Архангельской области [13]. Структура музейного конструктора (Иллюстрация 1) делит всю работу на три этапа: комплексный предпроектный анализ (сбор информации, выявление проблем, потенциала, поиск ресурсов, формирование бюджета и формулировка стратегии); концептуальное моделирование (определение и анализ целевых групп и сценарное моделирование) и проектирование (распределение процессов, определение контекстно-средовых и дизайн-решений).

Первым важным шагом предпроектного анализа является сбор всей необходимой информации по существующей ситуации. Основными информационными блоками

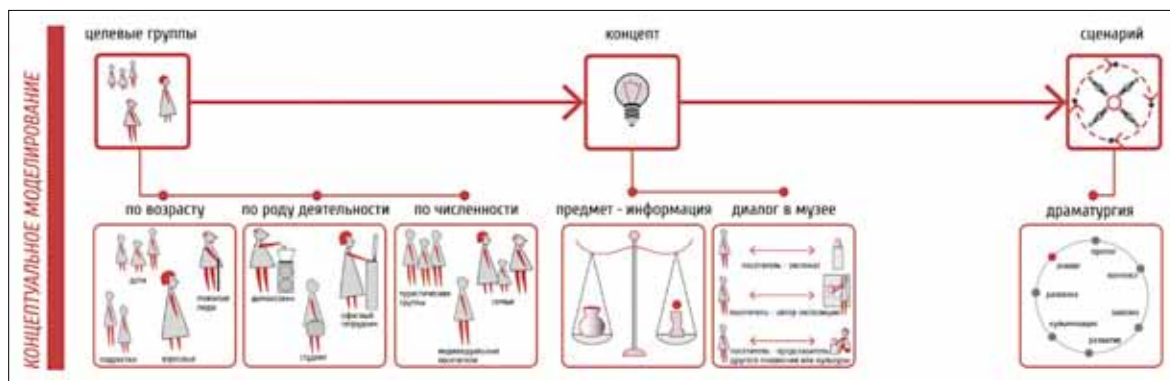


Иллюстрация 3. Музейный конструктор, этап 2: Концептуальное моделирование. Автор М. П. Копытова. 2019 г.



Иллюстрация 4. Музейный конструктор, этап 3: Проектирование. Автор М. П. Копытова. 2019 г.

являются данные о музее, населенном пункте, памяти места и природе. Второй шаг — это выявление проблем, которые затрагивают деятельность музея и его потенциального посетителя. Это могут быть социальные, функциональные, экономические, художественно-эстетические проблемы. Далее оценивается потенциал музея и его роль в решении социальных, культурно-образовательных проблем, его возможности хранения и ретрансляции памяти для будущего. К четвертому шагу относится сбор информации о ресурсах музея. К ним относятся: коллекция (вещественный фонд), люди (сотрудники, краеведы, заинтересованные жители, администрация, известные персоны), нематериальное наследие (былины, верования, мифология, музыка, истории людей, обряды и др.), архитектура, природа и исторический контекст. На пятом шаге определяется бюджет проекта и рассматриваются вероятные возможности финансирования, происходит поиск партнеров. В заключение реализации первого этапа музейного конструктора на основе собранной и систематизированной информации проводится анализ и делаются ключевые выводы, определяющие дальнейшее развитие проекта, построение его стратегии, а также

формируется общий бюджет проекта (Иллюстрация 2).

Второй этап — концептуальное моделирование — реализуется на основании трех шагов: определения целевых групп, поиске и формулировке концепта и написания сценария. Для определения музейных пользователей используют такие методики, как опросы, тестирование, анкетирование, наблюдение, мониторинг. Зная целевого посетителя, можно перейти к формулировке послания, которое будет к нему обращено. Далее, при формулировке концепта необходимо вывести смысловую конструкцию, которая определит «границы содержания» будущего проекта. Концепт состоит в выражении того, что хочет сказать дизайнер и куратор в конкретной экспозиции. Здесь же стоит подробно рассмотреть формулу отношений музейный предмет — экспозиция и музейный предмет — информация. После написания концепции наступает этап детальной проработки нарратива экспозиции. Сценарий — это подробный тематико-экспозиционный план с указанием характеристик пространств, сюжетных, изобразительных, художественных и технических приемов и средств, важных для реализации плана, он влияет на распределение

помещений и зонирование, а также раскрывает содержание экспозиции через тематические комплексы (Иллюстрация 3).

Заключительный этап включает в себя организацию процессов, что определяется во многом написанным ранее сценарием, но если сценарий — это драматургия, смысловое развитие сюжета экспозиции, то в построении процессов важна функциональная, практическая сторона работы музея. Необходимо обозначить функции пространств, выстроить схему посещения музея, учитывая все передвижения и физические возможности каждой из целевых групп. Именно работа над данными задачами создает комфортную и понятную среду для посетителя и во многом формирует его отношение к музею. Следующий раздел — это пространственный контекст музея, состоящий из работы, направленной на архитектурное решение. На данном этапе важно решить, как архитектура будет соотноситься с экспозиционным дизайном (контраст или единство), и понять степень преобразования контекста и объекта. На заключительном этапе рассматривается широкий спектр задач, которые необходимо выполнить проектировщику музея для воплоще-

ния идеи в материальных объектах и формирования конечного образа. В разделе «дизайн» можно выделить две составляющие. Первая — эмоционально-художественная, т. е. решения, формирующие впечатление, которое планируется произвести на зрителя. Вторая — прагматическая — набор материальных объектов, инструментов и оборудования, которые требуются для осуществления процессов в музее, его функционирования.

Опираясь на комплексный анализ ситуации и выбранную стратегию, концепт и целевые группы, сценарий и функциональное зонирование, учитывая специфику архитектурной формы и определив путь взаимодействия с ней, как итог, составляющие дизайн-раздела (эмоционально-художественные и прагматические) должны сложиться в образ экспозиции и ее материальное воплощение. На данном этапе все вопросы проектирования решены и остается воплотить проект в музее (Иллюстрация 4).

Работа с малым краеведческим музеем в селе Ильинско-Подомское Вилегодского района Архангельской области велась по заказу администрации. Необходимо было сделать экспертную оценку текущего состояния музейной деятельности с точки зрения дизайна среды. Это требовалось сделать в силу особенности малых краеведческих музеев, которые несут основную нагрузку в организации культурно-досуговой деятельности поселка. Создание сценарного разнообразия на основе музейного контента является для них «производственной необходимостью». Благодаря анализу ситуации и формулировке концептуальной модели предложения учитывали технологический и художественно-эмоциональный аспект музейного проектирования, что позволило сохранить особенности и сильные стороны конкретного музея.

Музейное проектирование с применением средового подхода дало возможность шире взглянуть на проблематику экспонирования и демонстрации наследия. Музей смог выйти за рамки стен институции, стать пространством для жизни и визуализации нематериальных форм наследия. Профессия средового музейного дизайнера в данном контексте максимально приблизилась к работе музеографа. В случае с комплексными музеями (такими, как малые краеведческие музеи), которые являются наиболее близким для местных жителей культурным объектом и пространством трансляции памяти, всестороннее и междисциплинарное осмысление музейной практики и процессов особенно важно.

Заключение

Исследование подтвердило гипотезу о том, что для сохранения интереса к музею традиционной аудитории и привлечения новой необходим сценарный подход в планировании стратегии взаимодействия «музей — посетитель», основанный на методологии дизайна среды. Это полностью соответствует общей тенденции развития экспертной и дизайн-деятельности в музее, выявленной в результате проведенного контент-анализа, однако уточняет существующие подходы в части разработки пошаговой практико-ориентированной методики. В дальнейшем алгоритм музейного конструктора предлагается использовать дизайнерам в работе по созданию или экспертной оценке музейной среды. Он легко масштабируется под задачи разного объема. Вместе с тем ясность графического языка и структурированная подача материала увеличивают его коммуникативный потенциал в междисциплинарном коллективе, что позволяет подходить к проектированию комплексно, собирая команду необходимых специалистов.

Список использованной литературы

- 1 Раппапорт А. Г. Среда и архитектура // Городская среда: проблемы существования. — М.: ВНИИТАГ, 1990. — С. 157–178.
- 2 Шимко В. Т. Архитектурно-дизайнерское проектирование. Основы теории (средовой подход): учебник. — 2-е изд., доп. и испр. — М.: Архитектура-С, 2009. — 408 с.
- 3 Архитектурно-дизайнерское проектирование. Генерирование проектной идеи / В. Т. Шимко, А. А. Гаврилина, Е. С. Гагарина и др. — М.: Архитектура-С, 2016. — 248 с.
- 4 The Constituent Museum: Constellations of Knowledge, Politics and Mediation: A Generator of Social Change / ed. E. Morgan, J. Byrne, N. Paynter, A. S. De Serdio, A. Zeleznik. — Amsterdam: Valiz, 2018. — 384 p.
- 5 Лебедев А. В. О природе музейного проектирования // Музейное проектирование / отв. ред. А. А. Щербакова; сост. А. В. Лебедев. — М.: Лаборатория музейного проектирования. Российский институт культурологии, 2009. — С. 11–24.
- 6 Ключевые понятия музеологии / сост. А. Девалье, Ф. Мерец // ИКОМ. 2012. — URL: <http://icom-russia.com/upload/iblock/532/5323743f731b222714f20ba0205ec238.pdf> (дата обращения: 11.04.2021).
- 7 Hoffmann J. Show Time. The 50 Most Influential Exhibitions of Contemporary Art / ed. J. Hoffmann, cont. H. U. Obrist, M. Gioni, M. Lind. — London: Thames&Hudson, 2014. — 256 p.
- 8 Dean D. Museum Exhibition: Theory and Practice. — London: Routledge, 1996. — 192 p.
- 9 Manual of Museum Exhibitions / ed.: B. Lord, M. Piacente. — Lanham: Rowman & Littlefield, 2014. — 438 p.
- 10 Дукельский В. Ю. Проектирование музейной экспозиции // Музейное проектирование / отв. ред. А. А. Щербакова; сост. А. В. Лебедев. — М.: Лаборатория музейного проектирования. Российский институт культурологии, 2009. — С. 58–75.
- 11 Son B. Designing the Future of Museums: National Museum of Finland / B. Son, L. Borisova, S. Niskala et al. // Aalto University pub. series: CROSSOVER. — Helsinki, 2018. — 40 p.
- 12 Hillier B. Space syntax: the language of museum space / B. Hillier, K. Tzortzi, P. Stansall, M. Bedford // A companion to museum studies / ed. S. Macdonald. — Oxford: Wiley-Blackwell, 2006. — P. 282–301.
- 13 Копытова М. П. Средовой подход как методика проектирования малого краеведческого музея (на примере села Ильинско-Подомское Архангельской области): маг. дис. дизайн. — СПбГУ, 2019. — 120 с.

References

- 1 Rappaport A. G. Sreda i arhitektura // Gorodskaya sreda: problemy sushchestvovaniya. — M.: VNIITAG, 1990. — С. 157–178.
- 2 Shimko V. T. Arhitekturno-dizajnerskoe proektirovanie. Osnovy teorii (sredovoj podhod): uchebnik. — 2-e izd., dop. i ispr. — M.: Arhitektura-S, 2009. — 408 s.
- 3 Arhitekturno-dizajnerskoe proektirovanie. Generirovanie proektnoj idei / V. T. Shimko, A. A. Gavrulina, E. S. Gagarina i dr. — M.: Arhitektura-S, 2016. — 248 s.
- 4 The Constituent Museum: Constellations of Knowledge, Politics and Mediation: A Generator of Social Change / ed. E. Morgan, J. Byrne, N. Paynter, A. S. De Serdio, A. Zeleznik. — Amsterdam: Valiz, 2018. — 384 p.
- 5 Lebedev A. V. O prirode muzejnogo proektirovaniya // Muzejnoe proektirovanie / отв. ред. А. А. Shcherbakova;

- sost. A. V. Lebedev. — M.: Laboratoriya muzejnogo proektirovaniya. Rossijskij institut kul'turologii, 2009. — S. 11–24.
- 6 Klyuchevye ponyatiya muzeologii / sost. A. Deval'e, F. Meress // IKOM. 2012. — URL: <http://icom-russia.com/upload/iblock/532/5323743f731b222714f20ba0205ec238.pdf> (data obrashcheniya: 11.04.2021).
 - 7 Hoffmann J. Show Time. The 50 Most Influential Exhibitions of Contemporary Art / ed. J. Hoffmann, cont. H. U. Obrist, M. Gioni, M. Lind. — London: Thames&Hudson, 2014. — 256 p.
 - 8 Dean D. Museum Exhibition: Theory and Practice. — London: Routledge, 1996. — 192 p.
 - 9 Manual of Museum Exhibitions / ed.: B. Lord, M. Piacente. — Lanham: Rowman & Littlefield, 2014. — 438 p.
 - 10 Dukel'skij V. Yu. Proektirovanie muzejnoj ekspozicii // Muzejnoe proektirovanie / otv. red. A. A. Shcherbakova; sost. A. V. Lebedev. — M.: Laboratoriya muzejnogo proektirovaniya. Rossijskij institut kul'turologii, 2009. — S. 58–75.
 - 11 Son B. Designing the Future of Museums: National Museum of Finland / B. Son, L. Borisova, S. Niskala et al. // Aalto University pub. series: CROSSOVER. — Helsinki, 2018. — 40 p.
 - 12 Hillier B. Space syntax: the language of museum space / B. Hillier, K. Tzortzi, P. Stansall, M. Bedford // A companion to museum studies / ed. S. Macdonald. — Oxford: Wiley-Blackwell, 2006. — P. 282–301.
 - 13 Kopytova M. P. Sredovoj podhod kak metodika proektirovaniya malogo kraevedcheskogo muzeya (na primere sela Il'insko-Podonskoe Arhangel'skoy oblasti): mag. dis. dizajn. — SPbGU, 2019. — 120 s.

Статья поступила в редакцию в мае 2021 г.

Опубликована в июне 2021 г.

Svetlana Vitkovskaya

Senior Lecturer, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russian Federation
e-mail: s.vitkovskaya@spbu.ru

Marina Kopytova

Master of Design, SMR Peterhof, St. Petersburg, Russian Federation
e-mail: onepanwoman@gmail.com

Aleksandra Tolstova

Senior Lecturer, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russian Federation
e-mail: a.tolstova@spbu.ru