

НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ДИЗАЙНІ МУЗЕЙНИХ ЕКСПОЗИЦІЙ

Статья посвящена рассмотрению роли мультимедийных технологий в создании музейной среды. Автор уделяет внимание рассмотрению эстетического, эмоционально-психологического, социокультурного аспектов при создании музейной среды. Выяснено, что современные мультимедийные средства способствуют созданию качественного диалога музея с посетителем.

Ключевые слова: предметно-пространственная среда, музейная экспозиция, мультимедийные технологии, информационные технологии, коммуникация.

Статтю присвячено з'ясуванню впливу новітніх технологій на організацію музейного середовища. Автор приділяє увагу розгляду естетичного, емоційно-психологічного й соціокультурного аспектів у створенні музейного середовища. З'ясовано, що сучасні мультимедійні засоби сприяють створенню якісного діалогу музею з відвідувачем.

Ключові слова: предметно-просторове середовище, музейна експозиція, мультимедійні технології, інформаційні технології, комунікація.

The article concerns the problem of multimedia technologies role in creation of museum environment. The author pays attention to the consideration of aesthetic, emotional and psychological, social and cultural aspects in creation of museum environment. It was found that modern multimedia tools contribute to the creation of high-quality dialogue with the museum visitor.

Keywords: object-spatial environment, museum exhibition, multimedia technology, information technology, communication.

Постановка проблеми. Межа ХХ–ХХІ ст. характеризується активним проникненням до музейної сфери новітніх інформаційних, цифрових технологій, які значно розширюють інформаційну складову музейної експозиції. Експозиційний простір музеїв вийшов на якісно новий рівень, об'єднавши матеріальний і віртуальний простори за допомогою нових інформаційних технологій. У сучасній музейній практиці все більше використовують мультимедійні засоби відображення інформації, що надає можливість ширше подати експозиційний і виставковий матеріал.

Аналіз наукових досліджень свідчить, що організація музейного середовища привертає увагу теоретиків дизайну, серед яких значна кількість зарубіжних і російських дослідників: Я. Лоренц, Л. Сколнік, К. Бергер, Т. Смірнова, Т. Чукліна, М. Чеснокова, Л. Баруткіна, М. Майстровська, А. Михайловська, І. Кузнєцова, Т. Поляков та ін. Вітчизняна музейна справа сьогодні робить лише перші кроки в освоєнні технічних досягнень, які можуть використовуватися в дизайні музейної експозиції. У сучасному мистецтвознавстві зазначена проблема перебуває на периферії дослідницької уваги. Їй присвячено окремі розвідки українських дослідників М. Рутинського, Л. Коваль, Н. Брижаченко, Ю. Тітінюка, М. Тортіки

(Лобанової), О. Тортіки, І. Кузнецова та ін. Реалізація зростаючих вимог до організації музейного середовища на сучасному етапі розвитку музейної справи неможлива без застосування новітніх технологій, оскільки вони відкривають нові можливості в розв'язанні дизайну музейних експозицій. Тож дослідження впливу сучасних інноваційних технологій на дизайн музейних експозицій, а саме з'ясування ролі мультимедійних технологій в організації музейного середовища є **метою** статті.

Основна частина. У процесі організації музейної експозиції важливу роль відіграють експонати. Однак ідея, сенс, історія музейного предмету можуть доноситися до глядача різними способами. Мультимедійні засоби відображення інформації все більше використовуються в сучасній музейній практиці, оскільки допомагають більш широко подати експозиційний і виставковий матеріал, залишаючи в пам'яті відвідувачів яскравий образ.

В останні десятиліття ХХ ст. набула розвитку так звана «мультимедіа» як один з інструментів управління розвитком комунікації. Це інтерактивні системи, що забезпечують роботу з рухомістю, зображенням і відео, анімованою комп'ютерною графікою й текстом, мовою й високоякісним звуком. «Мультимедійний дизайн» – це одна з галузей дизайну, що найбільш активно розвивається на сучасному етапі, практика художньо-технічного оформлення й подання інформації з урахуванням роботи з інформаційними джерелами й сервісами, функціональних можливостей подання інформації, психологічних критеріїв її сприйняття людиною, естетики візуальних форм подання інформації. Медіадизайн – це створення принципово нового середовища комунікацій. І. Єлінер зазначає, що одну з найважливіших ролей в оптимізації шляху розвитку мультимедійної культури повинна відіграти система дизайну, яка ініціює образи предметного й віртуального світу, бере участь у проектуванні, створенні, трансляції як вербальної, так і візуальної інформації [1].

Мультимедійні технології набувають у нашому житті все більшого значення. Одним із пріоритетних напрямків застосування таких технологій стали мультимедійні інновації в музеях і виставкових центрах. Робота з технічного оснащення музеїв досить часто містить розроблення унікального задуму, ідеї. Відвідувачів уже не задовольняють «неживі» експонати, їм хочеться бачити те, що не збереглося на сьогодні, або збереглося, але не може бути поданим у цьому музеї. Мультимедіа в музейному проекті є інструментом донесення інформації в цікавій для відвідувача формі; механізмом, що дозволяє включати й використовувати необмежену кількість абсолютно різної за форматом інформації; засобом створення різного роду ігор, інтерактивних взаємодій і розваг.

За виконання всіх умов концептуальної обґрунтованості мультимедійних засобів, їхнього грамотного поєднання один з одним і з експозицією, технології можуть дійсно допомогти музею, а саме:

- додати в процес сприйняття яскравих вражень;
- сприяти наочному показу тих предметів, які «наживо» показати неможливо;
- донести в зрозумілій формі інформацію для різноманітної аудиторії;
- здійснювати комунікацію з відвідувачем.

Мультимедійні технології забезпечують більш широкий доступ до музейних

колекцій. Мультимедійні бази даних, які відкриті для всіх відвідувачів і пропонують інформацію в оцифрованому вигляді про всі музейні експонати, можуть бути використані в музейних терміналах. Швидше за все, вони більше схожі на інтерактивні енциклопедії, що репрезентують детальні знімки й факти. Такі термінали надають інформацію кількома мовами й можуть навіть показати маршрут за експозицією музею.

Нові інформаційні технології можуть бути допоміжним засобом організації простору й самостійним інструментарієм формування нового віртуального середовища. Такі підходи визначаються, у першу чергу, спрямованістю музею й типом відвідування. У музеях з багатими, історично цінними експонатами увага відвідувача повністю зосереджена на предметі. Головне, що може знадобитися відвідувачеві (за відсутності екскурсовода), – це додаткова інформація про експонат. У цьому випадку більш доречними будуть електронна етикетка до предмета, інформаційний кіоск, або «зони занурення», розташовані в музеї окремо від експозиції. Це комфортні автоматизовані робочі місця, що містять у наочній формі всі шари інформації, передбачені методистами музею для зацікавленого відвідувача, а також більш ігровий пізнавальний контент – для дитячої аудиторії.

У науково-технічних, пізнавальних музеях, у музейно-інформаційних центрах, навпаки, використання інтерактивних інсталяцій здійснюється безпосередньо в експозиції, що є слухним і вкрай захопливим для відвідувачів. Для групового відвідування доречними мультимедіарішеннями стають окремо виділені кінозони, інтерактивні мультитач-столи із завданнями для всієї групи, пересувні термінали, лабіринти тощо. Орієнтація на сімейні відвідування з дітьми вимагає створення в музеї експозиційних зон (у тому числі й із застосуванням мультимедіа) відповідно до дитячого зросту, із можливістю інтерактивної взаємодії (торкнутися, відкрити й т. п.).

У індивідуального відвідувача повинна бути можливість заглибитись у вивчення предмета на території музею, чому сприяють аудіоінсталяції. Це не тільки звичні аудіогіди, а й стаціонарні навушники-аудіоетикетки поруч із вітриною або з об'єктом, що занурюють відвідувача в певну епоху або тему.

Аналізуючи дизайн сьогодення з його новітніми інформаційними й технічними можливостями, особливостями соціально-економічного розвитку, зміною ціннісних орієнтирів та естетичних ідеалів, важливо відзначити, що відбуваються істотні зміни уявлень і про комфорт навколишнього середовища. Поряд із традиційними функціонально-утилітарними, фізіологічними й ергономічними складовими все більш важливу роль починають відігравати естетичний, емоційно-психологічний і соціокультурний аспекти. Дизайн в умовах суспільства інформаційних технологій отримує якісно нового споживача з більш високими духовними й функціонально-утилітарними запитамми, які стають невід'ємною частиною уявлень про комфорт навколишнього предметно-просторового середовища [2]. У сучасному техногенному світі все частіше обов'язковою складовою уявлень про комфорт предмета або предметно-просторового середовища стає їхня інтерактивність – здатність до діалогу з людиною. Усе це призвело до появи так званих «розумних» речей, що реагують на поведінку людини. В умовах інтерактивності предмет починає втрачати свою

традиційну, властиву йому визначеність і передбачуваність, перетворюючись у більш гнучку й значною мірою спонтанну «форму-хамелеон», здатну змінюватися, реагуючи на зовнішні фактори й, у першу чергу, на людину. Усе більшого поширення набувають «живі» інтерактивні предмети в оточенні людини, здатні реагувати на її поведінку, включаючи зміну емоцій і настроїв.

Нові завдання музею сприяли виробленню порядку створення експозиції. Сучасні експозиції розробляються потрійним союзом: наукового співробітника, що відповідає за концепцію; художника, що відповідає за художньо-образне рішення; сценариста, який пише експозиційний сценарій. Усе це зумовлює гармонійність експозиційного дійства. Спочатку виникає експозиційний задум, який становить інтерпретацію теми й характеристику окремих її складових. Далі визначаються стилістичні й жанрові особливості майбутньої експозиції. За ними йдуть «рішення в часі» – ритм, темп і «рішення в просторі». І це вже характеристики експозиційного процесу, який став інструментом проектування. Сутність сьогоденного розвитку експозиції полягає в русі від образу до дії, що зумовлено застосуванням інтерактивних практик і медіатехнологій, які стали невід'ємною частиною сучасного життя.

Сценарна мова оперує архетипами, символічними категоріями, художніми образами, які сприймаються свідомістю глядача і є засобом утілення експозиційного задуму. Така технологія виготовлення проекту враховує психологічні й візуальні особливості людського сприйняття.

Проект повинен урахувати ергономічні й психологічні особливості сприйняття: рівень очей і його співвідношення з висотою експозиційного поясу, кут нахилу вертикальних і горизонтальних поверхонь до променя зору, кількість предметів, що сприймаються одночасно, обсяг інформації, яка засвоюється людиною за час екскурсії, здатність кольору й світла привертати увагу відвідувача до певних експонатів, знімати втому або емоційне перевантаження.

Пластична сюжетна побудова формує, а практично програмує у відвідувача сприйняття подальшої інформації, використовуючи весь арсенал професійних засобів: колірне, тональне, семантичне, стилістичне рішення дизайну експозиції. Вирішальне значення завжди має використання світла й кольору для акцентування найбільш вагомих експонатів. У колірних пропозиціях враховується фізіологічний вплив кольору на відвідувача музею. До базових чинників належать й інтерактивність і мультимістовність експозиційного простору, які роблять музейну експозицію більш динамічним, емоційним, привабливішим дійством.

Особлива роль відводиться інтерактивності в технічних і технологічних музеях, які є в більшості країн світу. Вони сприяють розширеному знайомству з експозицією й дозволяють працювати з науково-технічними експонатами. Відвідувачі можуть натискати кнопки, тягнути важелі, створювати явища, дивитися живі демонстрації або навіть брати в них участь. Це надає людям можливість досліджувати й відкривати природу речей, а не просто читати або слухати про них. Так, одним із значних і добре відомих подібних музеїв є Експлораторіум у Сан-Франциско, штат Каліфорнія (США). Це музей науки, мистецтва й людського сприйняття, який містить більше ніж

650 експонатів, створених для взаємодії з відвідувачами музею, які можуть експериментувати з дзеркалами, лінзами, фільтрами, магнітами й електрикою. Вони можуть досліджувати музичні інструменти, диски, маятники і безліч інших речей [4].

Принцип інтерактивності особливо яскраво реалізується в найбільшому у світі інтерактивному музеї – DASA, розташованому в Дортмунді (Німеччина) і присвяченому глобальним питанням взаємин людини, природи й техніки в різні епохи [3]. Історія техніки осягається через «дотик та переживання», більшість технічних засобів перебуває в робочому стані. Об'єднуючи досягнення минулого, відтворюючи конфліктні ситуації людини й природи за допомогою сучасних технологій, експозиція музею розкриває взаємини людини й довкілля.

Висновки. Таким чином, інтерактивні засоби сприяють розгортанню навколо глядача експозиційної оповіді, моделюють сценічну ситуацію, яка перетворюється з картини на площині в дійство навколо. Сучасні мультимедійні засоби виводять музей на якісно інший рівень роботи – діалог із відвідувачем. Аакустичні гіді, кіно- й відеофільми допомагають пояснити й наочно показати деякі процеси, що не завжди вдається зробити, використовуючи лише статичні експонати. Безпосередня участь відвідувачів стає ефективним засобом комунікації й усе активніше використовується в музеях, коли відвідувач залучається до керування експонатом або спілкування з ним. Електронні засоби поширення інформації й комп'ютерні технології відкривають нові можливості для здійснення діалогу між глядачем із музейним предметом через використання ігор, вікторин та інформаційно-пошукових систем.

Використання мультимедійних технологій дозволяє розширити інформаційну складову експозиції, за допомогою технічних ефектів показати предмет у контексті віртуального простору з можливістю подати атмосферу часу та специфіку існування предмету. Роблячи вагомий внесок у створення сучасних музейних експозицій як допоміжними засобами організації простору, так і цілими мультимедійними експозиціями, ці технології стають предметом експозиції, стверджуючи новий спосіб організації предметно-просторового середовища.

Література:

1. *Елинер И. Г.* Мультимедийная культура и современное общество / И. Г. Елинер. – Санкт-Петербург : НППЛ «Родные просторы», 2008.
2. *Кузнецова И. О.* Моделирование визуального восприятия объектов дизайна, декоративно-прикладного і образотворчого мистецтва: автореф. дис. докт. техн. наук: 05.01.03 / И. О. Кузнецова. – Київ : КНУБА, 2006. – 37 с.
3. Офіційний сайт музею DASA [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.dasa-dortmund.de>
4. Офіційний сайт Експлораторіуму в Сан-Франциско, штат Каліфорнія [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.techknowlogia.org/tkl_active_pages2].

Надійшла до редакції 27.02.2017. Розглянута на редколегії 20.03.2017.

Рецензенти:

Доктор філософських наук, професор, завідувач кафедри філософії Харківського національного університету будівництва та архітектури Проценко О.П.

Кандидат філософських наук, доцент, виконуючий обов'язки завідувача кафедри політології та історії Національного аерокосмічного університету ім. М.Є. Жуковського «ХАІ» Селевко В.Б.