

УДК 304.2

## ТРАНСФОРМАЦИЯ МУЗЕЙНОГО ПРОСТРАНСТВА В УСЛОВИЯХ НОВЫХ ВИЗУАЛЬНЫХ СТРАТЕГИЙ

Е.В. Гиниятова, Е.Е. Ройз

Томский политехнический университет

E-mail: evg@tpu.ru

*Актуальность работы предопределена тотальной визуализацией современного культурного пространства, что приводит к ситуации эмоционального отчуждения от большинства визуальных объектов – в том числе и от арт-объектов. Находясь в этом контексте, музеи вынуждены адаптировать новые визуальные стратегии, для того чтобы заинтересовать зрителя и выстроить с ним новое пространство взаимодействия. Было выявлено (на примере Яд Вашем), что реализации этой цели способствует использование интерактивного инструментария, предоставляемого интернет-технологиями. Кроме того, можно наблюдать, как архитектура музея влияет и во многом обуславливает концепцию музейного пространства, что также является дополнительным способом актуализации внимания зрителя. С очевидностью трансформируется и сам характер экспонирования объектов – монологовая структура заменяется диалогом, а линейная концепция представления объектов заменяется нелинейной.*

### **Ключевые слова:**

*Музей, музейное пространство, визуальность, интерактивность, Яд Вашем, визуальные стратегии.*

В современном культурном пространстве постулирование визуального, оптического восприятия уже давно стало общим местом. Окончательная легитимация этого социокультурного тренда произошла с появлением понятия «иконический поворот» [1], благодаря которому визуальное трансформировалось в новый феномен с мощнейшим философско-культурологическим обоснованием. Визуальное всегда присутствовало в культуре – по сути большинство традиционных и нетрадиционных эстетических объектов воспринимаются оптически. Но сейчас, имея приоритетные позиции, о визуальности можно говорить как о генеральной стратегии восприятия и при этом человек оказывается в ситуации «вынужденной визуальной всеядности» [2]. В связи с этим возникает универсальная для культуры проблема активного восприятия визуальных объектов – еще Р. Барт в одном из первых фундаментальных исследованиях «Camera lucida» [3], посвященных фотографии, писал о ее возможности «приключаться» в человеке. Большинство же современных визуальных объектов, и особенно это имеет отношение к арт-объектам, не приключаются. И музеи, как традиционная площадка для экспонирования произведений искусства, вынуждены адаптироваться к этим новым условиям, не отказываясь при этом от одной из своих важнейших функций, связанной с консолидацией огромного количества исторических документов и памятников. Музей призван распространять собранные сведения, и сегодня он продолжает играть огромную роль в сохранении культурно-исторического наследия. Поддержание интереса к деятельности музея может способствовать формированию в обществе интереса к истории и культуре и в конечном счете стать одним из способов преодоления кризиса самоидентификации [4], столь актуального в современное время как для отдельного человека, так и для целых национальностей.

Важная тенденция современного социокультурного пространства, обладающая огромным

трансформационным потенциалом, связана со стремительным развитием технологических гаджетов и повсеместной доступностью интернета. Разумеется, такое культурное явление, как музей, не может не интегрироваться в это виртуальное пространство. Тем более что один из основных упреков традиционному музейному пространству как раз связан с его способностью максимально отчуждать зрителя от экспонируемого объекта, делая его, тем самым, пассивным участником процесса эстетического восприятия. Но справедливо будет отметить, что начиная с авангардных направлений мы можем наблюдать, как менялся характер искусства и как вслед за этим появлялась альтернатива классическому музею как площадки для экспонирования.

Всю деятельность музея обобщенно можно представить как непрерывный процесс, состоящий из следующих этапов: 1) сбор информации из внешней среды (значительная часть этой информации представляется именно визуальными данными – фотографиями, картинами, иконами и др.); 2) внедрение отобранной, отсортированной информации во внешнюю среду (представление экспонатов музея). Конечно, музей должен визуализировать конечный материал таким способом, который соответствует современной ситуации, и развитие информационных и компьютерных технологий в данном случае открывает широкие возможности для реализации этой задачи. Признавая важную роль музеев в сохранении культурного наследия, формирования само- и национальной идентичностей, необходимо отметить потребность изменения схемы коммуникации музея со своими посетителями. Старая схема этой коммуникации, когда посетитель музея читает описания «немых» экспонатов, находящихся под стеклом витрин, пребывая во внедиалоговом состоянии с объектом, во многом устарела. Современный музей должен стать образовательным, коммуникационным, интерактивным и культурным центром, способным помочь об-

шеству преодолеть исторический и культурный зазоры, как и кризис самоидентификации.

Такого мнения придерживаются многие западные специалисты, работающие в сфере брендинга культурных организаций. Джо Марш, руководитель отдела New business английской компании Jane Wentworth Associates, утверждает, что музеям «нужно отказаться от модели «большой церкви», когда посетитель приходит в большое здание и разглядывает объекты. Все очень изменилось... сейчас все успешные проекты больше направлены на диалог» [5]. По ее мнению, новый уровень диалога между музеем и его посетителями может быть достигнут с помощью использования электронных медиа, а также эффективных решений в области визуализации музейных экспонатов.

На сегодняшний день появилось достаточное количество разнообразных, в том числе и виртуальных, музеев, а существующие музеи активно работают в области расширения видов своей деятельности. Однако в современных условиях недостаточно ориентироваться только на культурную и историческую значимость тех объектов, которые попадают в музей, становятся экспонатами [4, 6]. Одной из важнейших задач музея является поддержание баланса между сохранением достоверности культурно-исторического опыта, с одной стороны, и эффективной визуализацией этого опыта, с другой. Другими словами, эта визуализация культурно-исторического опыта, реализованная с помощью современных технологий, не должна исказить смысловое содержание исторического контекста или вообще его разрушить. К проблемам визуализации можно отнести не только вопросы эффективного представления информации, но и поиск новых способов организации музейного пространства. Сесилия Мартин (представитель компании «Jane Wentworth Associates»), отмечает, что для того, чтобы стать релевантным и актуальным, музей должен превратить свое здание в один из способов коммуникации со своими посетителями, что успешно реализовал, к примеру, музей Гуггенхайма в Бильбао. Кроме этого, само общество требует от музея подвижности и гибкости, поиска способов рассказать о себе людям всего мира. Музей должен стремиться к диалогу с людьми, а не быть лишь стенами и коллекцией старых вещей [5].

Итак, попробуем, опираясь на успешный мировой опыт в области брендинга музеев, назвать основные направления музейной деятельности, которые можно трансформировать, чтобы он успешно функционировал в современных условиях, в том числе и выстраивал новое коммуникативное пространство со зрителем:

- модернизация внешнего вида здания, позволяющая превратить его в одно из средств коммуникации с посетителями;
- широкое внедрение интерактивных представлений, инсталляций, применение мультимедийных средств и творческих новаций в визуализации (представлении) экспонатов;

- замена старой схемы-монолога (посетитель самостоятельно читает подписи к экспонатам) на новую – диалог (активное включение посетителя в диалог, дискуссию);
- проведение разнообразных мероприятий в музее, создание в его стенах научно-образовательных центров и клубов.

Данный перечень может изменяться в зависимости от специфики музея и не является исчерпывающим, однако он показывает общее направление в области усовершенствования работы музея.

Рассмотрим воплощение вышеперечисленных направлений деятельности на примере музейного комплекса «Яд Вашем» [7, 8], находящегося в Иерусалиме. Музей основан в 1953 г. с целью увековечивания памяти евреев-жертв нацистов в период с 1933 по 1945 гг., а также для того, чтобы отдать дань уважения праведникам мира, которые в годы войны спасали евреев. Название музея в переводе с иврита означает «память и имя», что отражает важнейшую идею музея: в еврейской традиции умерший человек не исчезает бесследно до тех пор, пока его имя помнят. 15 марта 2005 г. в Иерусалиме состоялось открытие нового здания музея «Яд Вашем». Причинами послужили, *во-первых*, разрастание архива музея, а *во-вторых*, осознание руководством музея необходимости смены коммуникативных стратегий со зрителем посредством применения более современных выразительных средств визуализации экспонатов. Рассмотрим, как в музейном комплексе были реализованы вышеуказанные направления деятельности.

Музейный комплекс «Яд Вашем» включает 29 зданий и мемориалов. Посетители музея сначала попадают в Информационный центр, сотрудники которого информируют посетителей о музее и помогают выбрать подходящий маршрут. Из Информационного центра в здание Музея истории Катастрофы, где находятся основные экспозиции, можно попасть единственным способом – по узкому каменному мосту, перекинутому над пропастью от одного здания к другому. Создатели музея посчитали, что нельзя иным способом перенестись в страшное прошлое. Это первое очень сильное впечатление, которое получает посетитель музея. Это хороший пример той организации пространства музея, о котором упоминала Сесилия Мартин. Музей истории Катастрофы – один из ключевых объектов всего комплекса.

Здание этой части музея представляет собой длинную высокую бетонную призму, на вершине которой находится стеклянное окно. Посетитель «Яд Вашема» оказывается в плохо освещенном помещении-лабиринте. От центра к боковым стенам помещение делится на множество отсеков, каждый из которых освещает какую-либо сторону истории. В целом охвачен промежуток истории от прихода Адольфа Гитлера к власти в Германии и до образования государства Израиль. В экспозиции музея представлено множество фотографий, документов, предметов быта, произведений искус-

ства, личных вещей. Посетители знакомятся с множеством личных историй участников событий – это делает историю живой, а восприятие – острым. По мере продвижения по призме-зданию музея, этому лабиринту, посетитель все больше погружается в атмосферу места, начинает чувствовать себя участником исторических событий: «И с каждым шагом всё труднее дышать и всё тяжелее идти, хотя безумно хочется, чтобы всё это поскорее закончилось. Сначала я методично включала свой аудио-гид у каждого экспоната, слушала. Потом почувствовала, что мне достаточно визуальной информации, слушать больше нет сил», – пишет посетительница музея Ирина Левина [9]. В «Яд Вашеме» не используются унифицированные стеклянные витрины. Для того чтобы подчеркнуть ценность каждого экспоната музея, для каждой представленной вещи или фотографии сделаны специальные конструкции и стойки. Используется огромное число экранов и проекторов, на которых транслируются военная хроника и записи интервью участников исторических событий. К концу тоннеля пол начинает подниматься, стены раздвигаются, и истории о пострадавших и погибших сменяются повествованием о спасшихся, о создании государства. Призма здания Музея истории Катастрофы заканчивается большой смотровой площадкой, с которой открывается потрясающая панорама Иерусалима. После того эмоционального потрясения, которое испытывает посетитель музея, едва ли есть лучший вариант вернуться в реальность.

Недалеко от Музея истории Катастрофы находится Зала имен, часть музейного комплекса, где увековечены имена и биографии погибших евреев. Это круглое шатерообразное здание, вдоль стен которого располагается множество полок с личными делами погибших. На полках оставлено свободное место для новых дел – архивы музея постоянно пополняются. В центре зала находится выкопанный котлован, наполненный водой, над ним – шатер с фотографиями. Эти фотографии отражаются в воде, но мутно. Зал имен является выражением миссии мемориального комплекса: сделать четкими все лицо, уходящие вглубь нашей памяти. Визуальное воплощение Зала имен оставляет очень сильное впечатление.

На территории «Яд Вашема» располагается Детский Мемориал – это пещера, вырубленная в скале. Посетители, заходя в нее, оказываются в абсолютно темном зале с множеством зеркал и видят в этих зеркалах тысячи отражений свечей. Душа человека часто сравнивается со свечей в еврейской традиции, и Детский Мемориал призван увековечить память 1,5 миллионов детей, ставших жертвами Холокоста. В помещении звучит зациклен-

ная запись с именами погибших детей, место рождения и возраст. Гид просит посетителей постараться запомнить хотя бы одно имя.

Знаменитая Аллея Праведников мира, где посадил дерево Оскар Шиндлер, также находится на территории мемориального комплекса. С 1962 г. более 22000 человек были удостоены звания Праведников народов мира за то, что во время войны спасали евреев, часто рискуя собственной жизнью. Эта аллея – памятник мужеству, стойкости и умению сохранить человеческое достоинство в самых чудовищных условиях.

В «Яд Вашеме» ведется серьезная работа в области международного сотрудничества. Посетители сайта мемориального комплекса могут задать вопросы сотрудникам музея, узнать много информации об истории Холокоста, судьбах людей; работает система поисковых запросов, позволяющая найти данные о родственниках, пострадавших во время войны. На базе мемориального комплекса «Яд Вашем» функционирует Центр изучения катастрофы, в стенах которого людям всего мира предоставляется возможность изучать тематические, морально-этические, исторические и другие аспекты Холокоста. В этом реализуется возрастающая социокультурная роль музея вообще как образовательно-воспитательного центра. Эта цель достигается за счет создания внутримuzeйных и околomuзейных структур.

Ежегодно музейный комплекс «Яд Вашем» посещает более миллиона человек (порядка 3000 человек ежедневно), приезжающих со всего мира. Посетители могут по собственному желанию жертвовать средства на содержание музея, но вход в него бесплатный. Музейный комплекс успешно реализует на практике направления деятельности в области организации работы, широкого использования современных технологий визуализации информации, готовности к сотрудничеству. Многие музеи мира, опираясь на опыт «Яд Вашем», смогут привлечь в свои стены посетителей и успешно выполнять задачу поддержания интереса к истории, сохранения культурного наследия и формирования национальной самоидентичности.

Таким образом, проанализированный пример новой организации музейного пространства с очевидностью демонстрирует, что современные визуальные стратегии, связанные, прежде всего, с интерактивным интернет-пространством, влияют на коммуникативное и экспозиционное пространство музея. В частности, для экспозиций характерна нелинейная организация, архитектурное пространство музея способствует как актуализации социокультурных функций последнего, так и активизации внимания – восприятия самого зрителя.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Bohm G. Die Wiederkehr der Bild // Was ist ein Bild? – Munchen: Wilhelm Fink Verlag, 1994. – 305 p.
2. Хомякова Е.И. Спектакулярность как доминирующая черта современного жизненного стиля российской молодежи: социально-философский анализ: автореф. дис. ... канд. филос. наук // Авторефераты и темы диссертаций DisCollection.ru URL: [http://discollection.ru/article/21112013\\_149386\\_homjakova](http://discollection.ru/article/21112013_149386_homjakova) (дата обращения: 15.11.2013).
3. Барт Р. Camera lucida. – М.: Ad Marginem, 1997. – 223 с.
4. Мастеница Е.Н. Музей в современной социокультурной ситуации // Современный музей как важный ресурс развития города и региона: тезисы Междунар. научно-практ. конф. – Казань, 12–17 сентября 2005 // Музеология. Культурология. URL: [http://www.bvahan.com/museologypro/muzeevedenie.asp?li2=1&c\\_text=18](http://www.bvahan.com/museologypro/muzeevedenie.asp?li2=1&c_text=18) (дата обращения: 15.11.2013).
5. Каким должен быть музей: воркшоп Джо Марш и Сесилии Мартин из Jane Wentworth Associates // Теории и практики. 2009–2013. URL: <http://theoryandpractice.ru/posts/6587-kakim-dolzhen-byt-muzey-vorkshop-dzho-marsh-i-sesilii-martin-iz-jane-wentworth-associates> (дата обращения: 15.11.2013).
6. Хитарова И.Ю. Методика включения музея в систему информационной безопасности социально-культурной сферы // Этносоциум. URL: <http://etnosocium.ru/khitarova-i-yu-metodika-vklyucheniya-muzeya-v-sistemu-informatsionnoi-bezopasnosti> (дата обращения: 15.11.2013).
7. Официальный сайт «Яд Вашем». 2013. URL: <http://www.yadvashem.org/> (дата обращения: 15.11.2013).
8. Яд Вашем // Википедия – свободная энциклопедия. 2013. URL: [http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AF%D0%B4\\_%D0%B2%D0%B0-%D0%A8%D0%B5%D0%BC](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AF%D0%B4_%D0%B2%D0%B0-%D0%A8%D0%B5%D0%BC) (дата обращения: 15.11.2013).
9. Левина И. Музей «Яд Вашем» // Израиль. 2000. URL: <http://www.aboutisrael.ru/str/49/> (дата обращения: 15.11.2013).

Поступила 28.11.2013 г.

UDC 304.2

## TRANSFORMATION OF MUSEUM SPACE IN NEW VISUAL STRATEGIES

E.V. Giniyatova, E.E. Royz

Tomsk Polytechnic University  
E-mail: evg@tpu.ru

*Relevance of the study is predetermined by total visualization of modern cultural space that leads to emotional alienation from the majority of visual objects, including art facilities. Being in this context, museums have to adapt new visual strategies to interest a viewer and to build a new interaction space. It was ascertained (through the example of Yad Vashem) that the use of interactive tools provided by Internet technology promotes this goal implementation. In addition, you can see how museum architecture affects and determines to a great extent the concept of museum space, which is also an additional means to update a viewer's attention. It is evident that the very nature of exposing objects is transformed – a monologue structure is replaced by a dialogue and linear object representation is replaced by non-linear concept.*

### Key words:

*Museum, museum space, visuality, interactivity, Yad Vashem, visual strategy.*

## REFERENCES

1. Bohm G. Die Wiederkehr der Bild [Return image]. *What is an image?* [Was ist ein Bild?]. Munchen, Wilhelm Fink Verlag, 1994. 305 p.
2. Khomyakova E.I. *Spektakulyarnost kak dominiruyushchaya cherta sovremennogo zhiznennogo stilya rossiyskoy molodezhi: sotsialno-filosofskiy analiz*. Avtoreferat diss. kand. filosof. nauk [Spectacle as the dominant feature of the modern lifestyle of the Russian youth: social and philosophical analysis. Cand. philos. sci. diss. abstract]. DisCollection.ru Available at: [http://discollection.ru/article/21112013\\_149386\\_homjakova](http://discollection.ru/article/21112013_149386_homjakova) (accessed 15 November 2013).
3. Bart R. *Camera lucida*. Moscow, Ad Marginem, 1997. 223 p.
4. Mastenitsa E.N. *Muzey v sovremennoy sotsiokulturnoy situatsii* [Museum in modern sociocultural situation]. *Sovremennyy muzey kak vazhnyy resurs razvitiya goroda i regiona. Tezisy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsi* [Contemporary museum as an important resource for the development of the city and region. Proc. the International Scientific and Practical Conference]. Kazan, 12–17 September 2005. Available at: [http://www.bvahan.com/museologypro/muzeevedenie.asp?li2=1&c\\_text=18](http://www.bvahan.com/museologypro/muzeevedenie.asp?li2=1&c_text=18) (accessed 15 November 2013).
5. *Kakim dolzhen byt muzey: vorkshop Dzho Marsh i Sesilii Martin iz Jane Wentworth Associates* [What should be the Museum: Workshop of Joe Marsh and Cecilia Martin of Jane Wentworth Associates]. *Teorii i praktiki* [Theories and practices]. Available at: <http://theoryandpractice.ru/posts/6587-kakim-dolzhen-byt-muzey-vorkshop-dzho-marsh-i-sesilii-martin-iz-jane-wentworth-associates> (accessed 15 November 2013).
6. Khitarova I.Yu. *Metodika vklyucheniya muzeya v sistemu informatsionnoy bezopastnosti sotsialno-kulturnoy sfery* [Technique of incorporating museum in information security system of socio-cultural sphere]. *Etnosotsium*. Available at: <http://etnosocium.ru/khitarova-i-yu-metodika-vklyucheniya-muzeya-v-sistemu-informatsionnoi-bezopasnosti> (accessed 15 November 2013).
7. *Yad Vashem*. Available at: <http://www.yadvashem.org/> (accessed 15 November 2013).
8. *Yad Vashem*. Wikipedia. Available at: [http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AF%D0%B4\\_%D0%B2%D0%B0\\_%D0%A8%D0%B5%D0%BC](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AF%D0%B4_%D0%B2%D0%B0_%D0%A8%D0%B5%D0%BC) (accessed 15 December 2013).
9. Levina I. *Muzey «Yad Vashem»* [Yad Vashem]. *Izrail* [Israel]. Available at: <http://www.aboutisrael.ru/str/49/> (accessed 15 November 2013).