

Архитектурно-художественное проектирование

музейных выставок и экспозиций.

Трудно переоценить важность архитектурно-художественного проектирования музейных выставок и экспозиций. От правильного построения выставочной [композиции](#) зависит зрительное восприятие всей выставки в целом. Однако многие организаторы музейных экспозиций недооценивают значение грамотного архитектурно-художественного построения выставочного пространства. В итоге вся долгая и кропотливая работа по сбору материала выставки идет насмарку. Экспозиция не получает эмоционального отклика в душе посетителей, уникальные экспонаты остаются без должного внимания. Сколько таких серых не интересных музеев, в которые посетители приходят только по крайней необходимости?

В современном мире музеи поднимаются на новую ступень своего развития. Музейные коллективы борются за внимание зрителей, используют новые современные формы, как организации, так и проведения музейных выставок. Большую популярность набирает театрализация экскурсий, интерактивное вовлечение зрителей. В связи с этим можно говорить даже о музейной сценографии, совершенно новом явлении в музейной жизни.

Одна из основных целей проведения выставки - выставка должна запомниться, оставить эмоциональный отклик, заставить задуматься о теме выставки, пробудить исследовательский интерес. Для выполнения этой цели можно воздействовать на все органы восприятия человека: зрение, слух, обоняние, осязание, вкус. Задачу зрительного восприятия выставки должен решать художник. Конечно, лучше чтобы проект выставки выполнил профессионал знакомый с тонкостями музейного проектирования, но если такой возможности нет, то организаторам выставки необходимо знать правила построения выставочной [композиции](#). В этой статье я познакомлю Вас с основными законами грамотного проектирования выставки, присутствующими во всех этапах организации музейной экспозиции.

Архитектурно-художественное проектирование на всех этапах организации музейной выставки:

1) Рождение идеи выставки.

Как правило, идея выставки принадлежит будущему куратору выставки. Куратор определяет тему выставки и ее задачи. На этом этапе необходимо четко выделить цель выставки и зрительский контингент, на который рассчитана будущая выставка, так-как средства эмоционального воздействия на школьников и на посетителей старшего возраста различны. Если выставка в школьном музее, и ее посетители в основном школьники то [колористическое](#) решение выставки должно быть насыщенным. Это связано с биологическим восприятием [цвета](#) в детском возрасте запоминается все

[яркое](#)

и красивое, дающее возможность развитию детской фантазии. И наоборот, если зрительский контингент старшего возраста, использование насыщенных

[цветов](#)

может вызвать раздражение сетчатки глаза, что вызывает быстрое утомление и отторжение выставки на подсознательном уровне. К сожалению, на практике приходится сталкиваться с неграмотным художественным решением выставок. В школьных музеях часто встречаются бледные экспозиции пастельных тонов, так-как организаторы делают выставки на собственный вкус, взрослого человека, совершенно не учитывая, что у детей совершенно другое восприятие

[цвета](#)

. Если выставка рассчитана на разновозрастных посетителей, то здесь необходимо искать золотую середину, выделять при помощи

[цвета](#)

только наиболее значимые моменты выставки, при этом фоновый

[цвет](#)

стен должен быть нейтральный.

2) Обсуждение идеи выставки с творческим коллективом.

На этом этапе куратор выставки знакомит членов творческого коллектива с идеей выставки. Происходит обсуждение этой идеи, вносятся необходимые корректировки.

Художник вносит свои предложения по архитектурно-коллористическому решению экспозиции:

- Выбираются основные [цвета](#) выставки, их должно быть не больше трех. Два [цвета](#) основных, как правило, контрастных друг другу и один [цвет](#) дополнительный, нейтрального оттенка, но обязательно сочетаемый с основными [цветами](#) . Обязательно надо учесть сочетание выбранных [цветов](#) с колоритом выставочного зала, если конечно нет возможности подобрать к каждой выставке свой тон стен. [Цвета](#) должны быть ассоциативно связаны с темой выставки. Так, например, для экспозиции, рассказывающей про школы времен Великой отечественной войны, мы выбрали два основных [цвета](#) : бордовый и золотой. Это связано с тем, что по ассоциативному восприятию оттенки красного [цвета](#) ассоциируются у нас с войной, а золотой [цвет](#) с героизмом людей переживших это непростое время. Бордовый и золотой [цвета](#) контрастны друг другу и прекрасно сочетаются с бледно-зеленым тоном стен.
- В качестве фона экспозиции прекрасно могут служить и банеры с фотографиями, раскрывающими тему выставки, но нужно помнить, что банер, служащий фоном для выставки должен быть достаточно бледным, желательно монохромным, так-как фон не должен перебивать внимание зрителя, отвлекать зрителя от экспоната.
- Выбирается путь выставки. Традиционно экспозиция строится по часовой стрелке, но если [композиционное](#) пространство не сочетается с этим путем, коллектив музея в праве выбрать любой подходящий им путь построения [композиционно](#) -экскурсионного пространства выставки. Например, музей Владимира Маяковского построил свой выставочный путь по спирали, экскурсия поднимается вверх, опускается вниз заходит в тупики и это прекрасно сочетается с личностью Владимира Маяковского, о котором рассказывает экспозиция.
- Определяются основные моменты выставки. Экспонаты, на которых необходимо заострить внимание.

Существует несколько способов акцентирования внимания зрителя:

а) Выделение цветом .

Экспонат можно поместить на более ярком фоне, или на фоне контрастном остальным экспонатам.

б) Выделение пространством.

Можно отделить экспонат от остальных, оставив вокруг него свободного пространства больше, чем вокруг других экспонатов, тем самым, подчеркивая его значимость.

в) Выделение светом.

Экспонат освещается лучше ярче, чем остальные предметы выставки.

г) Выделение объемом.

Экспонат нужно приподнять над остальными, либо утопить вглубь.

Чтобы выделить какой-либо экспонат можно использовать один из вышеперечисленных способов. Если же предмет является сердцем экспозиции можно скомбинировать несколько способов акцентирования внимания зрителя.

- Придумывается [интерьерная композиция](#). Как правило, музейные фонды насыщены плоскостными материалами. Эти материалы имеют огромную историческую ценность, но выставка, состоящая только из бумаг, быстро утомляет зрителя, в конце экспозиции документы просто перестают восприниматься должным образом. Чтобы этого не произошло необходимо чередовать плоскостные и предметные ряды. Материалы же лучше всего воспринимаются в [интерьере](#) приближенном к среде использования этих предметов, поэтому в музейных экспозициях создаются [интерьерные композиции](#). Если выставочное пространство невелико и не позволяет использовать несколько [интерьерных композиций](#), то [интерьер](#) лучше сделать финальным аккордом выставки. Как правило, рядовой посетитель запоминает выставку именно по [интерьерной композиции](#). Причем под [интерьером](#) в данном случае подразумевается не только [интерьер](#) помещений, но это может быть и искусственное воссоздание природной среды отвечающей тематике выставки. Например, при создании выставки посвященной 50-летию создания учебно-производственных бригад, мы в качестве [интерьерной композиции](#) воссоздали поле с макетом трактора, посетители выставки стремились фотографироваться на фоне нашего поля. Именно эта [композиция](#) получила большой эмоциональный отклик, на что и рассчитывали создатели выставки.

3) Создание эскиза выставки.

После обсуждения идеи выставки с творческим коллективом художник создает эскиз выставки, используя тематико-экспозиционный план, подготовленный куратором выставки. Эскиз выставки это уже практически готовый вид выставки, какой она должна быть, по мнению художника. На эскизе показывается оборудование, предполагаемое для этой выставки, его размещение в выставочном пространстве, варианты подсветки экспонатов, [цветовое](#) решение выставки.

4) Подготовка выставочного оборудования.

Согласно эскизу выставки выбирается витринное оборудование. Витрины моются, обновляются, перекрашиваются. Если экспозиция требует нестандартного оборудования, оно заказывается согласно эскизу художника. Здесь необходимо отметить, что оборудование, как правило, размещается в два зрительных ряда верхний и нижний. Верхний ряд отводится под плоскостной материал. В основном это стенды и киоты. Если плоскостной материал представляет высокую ценность, то экспонировать его необходимо под стеклом. Для этой цели идеально подходят киоты. Расстояние от фона до стекла позволяет приподнимать некоторые экспонаты, тем самым, создавая более интересное для восприятия художественное решение [композиции](#) внутри киота. Нижний ряд занимают витрины, варианты витрин могут быть безграничны, но к высоте витрин существуют определенные требования. Витрины не должны быть слишком низкими или слишком высокими. Визуальное пространство витрины должно находиться на расстоянии примерно одного метра от пола. Витрины, как правило, служат для размещения объемных экспонатов. Рекомендуется представлять в витринах как объемные, так и плоскостные материалы, это сделает зрительное восприятие пространства витрины более интересным. Существуют так же высокие витрины, по высоте занимающие верхний и нижний ряд одновременно. Ширина таких витрин может быть произвольной, а высота не должна превышать двух метров, так-как предмет находящийся выше двух метров будет плохо виден. Высокими витринами хорошо разделять тематику выставки. Как правило, выставка делится в хронологическом или в тематическом порядке. При хронологическом делении экспонаты разделяются согласно времени, которому они принадлежат. При тематической раскладке экспонаты раскладываются по темам представленным в выставочном проекте. Допускается так же создание третьего зрительного ряда, который располагается на высоте более двух метров над двумя вышеописанными зрительными рядами. Цель создания этого ряда может быть больше иллюстративная, нежели смысловая. По верхнему ряду можно пустить крупные тематические фотографии или сделать крупный портретный ряд в любом случае это будет иллюстрация к основному визуально-тематическому пространству выставочной [композиции](#).

5) Раскладка материала выставки.

Параллельно с работой художника куратор подготавливает экспонаты, подходящие под тематику выставки. Согласно вышеназванному хронологическому или тематическому делению выставки раскладывается материал, который будет помещен в витрины и на стенды. На этом этапе очень важна работа художника. Художник выбирает наиболее выразительные эмоциональные предметы и документы, выполняет [композиционную](#) раскладку в витринах и на стендах. Основное правило раскладки это равновесие

[композиции](#)

. Стенд должен быть не перегружен, уравновешен, в нем не должно быть и лакун, то есть необоснованно пустых мест. Эти же требования выдвигаются к

[композиционному](#)

решению витрин.

6) Этикетаж.

Как только отбор материала завершен, можно приступать к этикетажу. Необходимо выбрать стиль размещения этикеток. В основном применяется два стиля: нумерация и размещение этикетки индивидуально под каждым экспонатом. Этикетаж должен быть кратким. В нем должна находиться необходимая информация об экземпляре, авторство материала, максимально точная датировка. Нужно обратить внимание и на сопроводительный текст, он в сочетании с этикетажем должен раскрыть информационное поле выставки. С точки зрения дизайна важно правильно подобрать

[цвет](#)

этикетки. Этикетаж должен органично вписываться в визуальный стиль выставки.

Очень важно подобрать подходящий шрифт, его размер должен быть не менее 14-16 точек на дюйм. Более мелкий шрифт нечитабелен. Рекомендую выделять этикетку рамкой, так она выглядит более

[эстетично](#)

. Необходимо правильно подобрать размер этикетки, он должен быть пропорционален экспонату.

7) Подготовка материала к крепежу.

После того как материал отобран и разложен, необходимо подготовить его к крепежу. Для этого нужно решить, каким способом будет крепиться материал к стенду. Существует несколько способов крепежа:

а) Если стенд обтянут тканью, экспонаты крепятся к стенду при помощи булабочек. Это традиционный способ, практиковавшийся многими музеями на протяжении длительного периода времени. В настоящее время морально устарел. Я считаю, что данный способ можно использовать только для временных выездных выставок.

б) Жесткое крепление. Экспонаты крепятся к стенду при помощи клея. На сегодняшний день наиболее надежный способ крепления, дающий гарантию того, что материал «не поедет» в процессе экспонирования. Безусловно, материал должен быть подготовлен к крепежу так, чтобы полностью исключить попадание клея на экспонат. Для этого мы в нашем музее разделяем оформление фотографий и документов. Фотографии, как правило, имеют неровные края, в этих случаях необходимо применять [паспорту](#). Очень важно продумать момент крепления фотографии к рамке, недопустимо попадание клея на фотографию, это может привести к порче экспоната. С [эстетической](#) точки зрения, фотографии только выигрывают от [колористического](#) обрамления конечно, если удачно подобран [цвет](#). Для [паспарту](#) я рекомендую использовать качественный [цветной](#) картон, так как он имеет необходимую плотность. Документы желательно показывать полностью, но как их прикрепить к фону? Мы оборачиваем документы в прозрачную пленку и потом свободно приклеиваем к фону.

в) Можно крепить экспонаты к стенду при помощи уголков. Лучше всего

если это будут уголки, предназначенные для приклеивания фотографий. Такие уголки имеют самоклеющуюся основу, они прозрачны и почти незаметны. Если эти уголки недоступны, можно подготовить уголки из картона, бумаги или пленки. Главное чтобы стенд был выполнен в едином стиле. Нужно знать, если крепеж выполнен при помощи уголков, стенд должен подвешиваться очень аккуратно, так как экспонаты могут переместиться, испортив тем самым [КОМПОЗИЦИЮ](#) стенда.

г) Существует способ экспонирования материалов на стенде при помощи окошек, прорезанных в плотном картоне. То есть экспонаты крепятся с обратной стороны картона и как бы выглядывают в окна. Иногда стенды, выполненные таким способом, называются фронтелли.

д) Самое популярное в последнее время компьютерное моделирование стенда. Дизайнер выполняет верстку стенда на компьютере, используя цифровые копии экспонатов, затем модель стенда распечатывается на самоклеющейся пленке, пленка же просто наклеивается на стенд. На первый взгляд очень простой и надежный способ. В этом случае судьба музея полностью зависит от мастерства дизайнера, очень важен способ преподнесения копий, [колористическое](#) решение стенда. Плохо то, что экспозиционеры в дань моде отказываются от экспонирования подлинных материалов, несущих в себе энергетику своего времени. Именно прикосновение к прошлому привлекает в музеи многих интеллигентных людей. Этот способ хорош только для музеев, не обладающих материалами для раскрытия тематики выставки.

8) Крепеж экспонатов.

После того как выбран один из вышеперечисленных способов крепления материала. Экспонаты соответственно подготовлены, можно приступать непосредственно к крепежу. На этом этапе работы надо обратить особое внимание на выбор клея. Часто в

последнее время используется двусторонний скотч, но он может подвести в самый неподходящий момент, так как при смене температурного режима и влажности он отклеивается. То же самое можно сказать и о многих канцелярских клеях. Самым надежным и проверенным в работе я считаю, клеи типа «жидкие гвозди». Они не отклеиваются и не деформируют бумагу. Для улучшения визуального восприятия стенда, можно добавить искусственный объем. То есть можно приподнять на подложки некоторые материалы, требующие особого внимания. Во время крепления нужно обратить на равновесие [композиционного](#) пространства, равноудаленность, параллельность и пропорциональность экспонатов друг к другу.

9) Светотеневое решение выставки.

Высокий уровень современного осветительного оборудования позволяет создавать интересные светотеневые [композиции](#) в рамках музейной экспозиции. Кроме общего освещения, можно использовать индивидуальную витринную и стендовую подсветку. В качестве подсветки лучше использовать небольшие галогеновые светильники. Стиль светильников необходимо подбирать в соответствии с общим стилем выставки. Использование ламповых, галогеновых и неоновых светильников позволяет добиваться эффекта дневного света, что наиболее благоприятно для зрения. Единственное, что нужно помнить при планировании подсветки, световые лучи не должны попадать в глаза посетителям, так как это может вызвать раздражение сетчатки глаза.

10) Музыкальное оформление выставки.

Очень позитивно и эмоционально воспринимаются выставки, оформленные музыкальным сопровождением. Это должны быть негромкие музыкальные [композиции](#), создающие настроение, соответствующее тематике выставки.

11) Создание афиши к музейной выставке.

Выставка считается незаконченной, если ее не сопровождает афиша. Кроме [яркого](#) художественного решения, к афише применяется еще ряд требований. На афише должна присутствовать следующая информация:

- а) Информация об учреждении представляющем эту выставку, так называемая «шапка», так как помещается в основном вверху.

- б) Название выставки. Надпись должна быть самой крупной и запоминающейся.

- в) Посвящение, информация об основной тематике выставки.

- г) Авторский коллектив, создавший эту выставку.

Участие детей в подготовке музейной выставки.

Участие детей может быть в любом из вышеперечисленных этапов подготовки музейной выставки, особенно если речь идет о музее учебного заведения. Предлагаю план привлечения детей в процесс подготовки выставки.

1) Анкетирование учащихся. Ученикам предлагается заполнить анкету, в которой они расскажут: каким они визуально представляют будущий музей, какие разделы экспозиции должны быть представлены на выставке, выставки на какие темы были бы им интересны. Организаторы музея непременно должны учитывать пожелания учащихся при подготовке экспозиции.

2) Создание совета музея. Совет создается из разновозрастных учеников, желающих принимать участие в работе музея.

3) Распределение обязанностей среди актива музея. Ученикам предлагается выбрать одну из должностей работников музея. Они могут быть хранителями музея, экспозиционерами, дизайнерами, экскурсоводами, смотрителями и так далее.

4) Привлечение учеников к работе по сбору материала и информации. Это может быть как исследовательская работа в библиотеке, так и работа с населением.

5) Организация выездных экспедиций в районы области, экскурсий в другие музеи.

При правильной профессиональной организации работы музея он может и должен стать важным культурно-досуговым центром по работе с молодежью.

[О. А. Серегина](#)

