

Супонєва С.В.

Національний університет «Львівська політехніка»

Годованська О.М.

Національний університет «Львівська політехніка»

МУЗЕЙНА ЕКСПОЗИЦІЯ: ГЕНЕРУВАННЯ ТА ВАРІАТИВНІСТЬ

У статті розглянуто основні етапи організації музейної експозиції: науково-концептуальний, тематично-експозиційне планування, підбір експонатів, монтажне проектування. Проаналізовано пояснювальні тексти (експлікація і етикетаж) як один зі способів взаємодії з мистецькими творами. Визначено цілісність музейної експозиції, як гармонійну єдність художньо-образного, функціонального, конструктивно-технічного та економічного аспектів, що поєднують музейні предмети за їх інформативними та атрактивними змістовими рисами. Окреслено ознаки тимчасових експозиції – виставок і пов'язані з ними робота з вивчення, збереження та публікації, що «додають ваги» музейним колекціям.

Описано екскурсію як музейний «діалог», що є одним зі способів отримання цілісної інформації про заекспоновану колекцію, історію музею, його діячів, формування колекцій та ін. Вказано роль та значення активної залученості відвідувачів музею до екскурсії. Та підвищення ефективності екскурсовода «шляхом відмови» від нагромадження фактів.

У статті відзначено вагу книги відгуків або гостьової книги як одного із найцікавіших предметів у музеї. Як можливість «відповісти музею» та перетворитися на «джерело почуттів» цільової аудиторії.

Сформульовано висновок, що використовуючи фінансові та людські ресурси, музей може забезпечити технічну й організаційну базу для створення належного «продукту», який насамперед ґрунтується на його колекції, науковому підході, виконує просвітницьку функцію та сприяє розвитку чи то всієї країни, чи окремих теренів у культурному, соціальному чи економічному аспектах. Дивлячись на музеї крізь призму їх експозиційної роботи, доречно відзначити їх різноманіття, що зумовлене специфікою колекцій, відмінностями у роботі та навколишніми контекстами кожного з них. Вивчення музейної «продукції» виявляє характерні ознаки, що притаманні «гібридним» установам – це поєднання поширення і збереження, організація заходів і дослідницька робота, дозвілля і насолода, споживання і освіта.

Ключові слова: музей, експозиція, екскурсія, етикетаж, виставка, книга відгуків.

Постановка проблеми. Музей як самодостатня наукова установа, опрацьовує та зберігає унікальні пам'ятки матеріальної та нематеріальної культури людства. «Обличчям» кожного музею є його експозиція, вона виконує основне комунікативне призначення музею – це передавання, переказування інформації до відвідувачів через експоновані музейні предмети, науково-допоміжні матеріали, тексти. Це одна з відмінних ознак музеїв від інститутів, архівів чи навчальних закладів [1, с. 11].

У статті розглянуто основні етапи організації музейної експозиції оперті на визначальні зміни у музейному просторі, що обумовлені різними чинниками. В останні десятиліття в Україні формується місія музею як культурної, наукової й адміністративної програми та генерується економічний аспект діяльності музеїв як виробника музейного

«продукту», зорієнтованого на сучасного відвідувача. При цьому поступово в Україні «музей-хранитель» перетворюється на «музей-культурний центр», де музейний продукт постійно диверсифікується, інтерпретуючи зміст музейних колекцій у нових культурних контекстах, осмислюючи культурну спадщину як економічний і культурний ресурс розвитку. Модернізація музеїв потребує нових знань з експозиційної роботи, організації діяльності для ефективного виконання своєю місії у суспільстві, що змінюється. Актуальність піднятого питання про генеруванні і варіативність музейних експозицій опирається на значущість пошуку відповідей на питання про те, як музей може якнайкраще використати свій капітал шляхом диференційованої стратегії та впровадження відповідних засобів. Описані основні етапи організації музейної експозиції та сформульовані

висновки можуть утвердити в думці про необхідність впровадити нові технології, привабити й утримувати публіку, визначитися зі своїми відвідувачами, розподілити їх на категорії, зацікавити їх, зробити так, щоб вони прийшли і неодноразово повернулись [11, с. 12].

Аналіз останніх досліджень і публікацій засвідчує про переосмислення майбутнього музеїв і про розширення меж сприйняття музеїв. Книжка нідерландського письменника і арт-консультанта Йохана Ідема стала інструкцією з перетворення з нудного блукання музейними залами на захопливу подорож, сповнену яскравих емоцій [5]. Розгляд наукових публікацій про музейну справу зазначає значущість реалізованих проєктів, на яких, навчаючись, представляють конкретний досвід роботи освітньокультурологічної діяльності, діляться практичними порадами для працівників музеїв щодо форми співпраці з шкільними педагогами та сучасними можливостями творення просвітницьких контентів веб-сторінок музеїв [6]. Перетворення музеїв на організацію особливого типу, що можна віднести, на думку Жан-Мішеля Тобелема, до категорії «культурних ринкових установ». Означає, що музейні заклади еволюціонують, намагаючись виконувати свою культурну місію і перебувають у тісному зв'язку з ринковими механізмами, що впливають на більшу частину їх діяльності. Проте музеї не підприємства, вони належать до неприбуткового сектору [11].

Постановка завдання. У статті головним завданням є опис і аналіз основних етапів організації музейної експозиції, що відповідає принципово новій моделі. Вивчення музейної «продукції» виявляє характерні ознаки, що притаманні «гібридним» установам – це поєднання поширення і збереження, організація заходів і дослідницька робота, дозвілля і насолода, споживання і освіта.

Виклад основного матеріалу дослідження. З позиції сьогодення більшість стаціонарних експозицій музеїв мали шаблонний вигляд. Тому зараз пріоритетним є побудова принципово нової моделі експозиції, яка б відповідала сучасним вимогам економічного, соціального та культурного життя, була б індивідуальною і єдиною в своєму роді, привертала увагу відвідувачів до певної проблеми, події чи явища [12, с. 42]. Організація музейної експозиції складається з кількох технологічних етапів. Початковий етап – це науково-концептуальний. Дирекція та відповідальні працівники музею на цьому етапі продикують ідеї щодо вигляду та змісту майбутньої

експозиції, особливостей її комплектування і розміщення. Ідеї формуються в цілісну концепцію, і в руслі цієї концепції триває науковий пошук та здійснюються додаткові експертні дослідження, аналізується власний музейний фонд та ведуться переговори із спорідненими музейними установами про залучення експонатів. Після схвалення наукової концепції чи одночасно з нею розробляється художня концепція, у якій кристалізується провідна художня ідея. Визначається модель просторової побудови експозиції, задаються дизайнерські рішення. Обов'язковим є аналіз приміщення майбутньої експозиції, особливо якщо це пам'ятка архітектури [8, с. 108].

Наступний етап – це складання тематично-експозиційних планів, що буває найтривалішим у часі під час формування експозиції. Такий план оформляється як таблиця й містить вичерпний опис майбутньої експозиції із зазначенням її мети, завдань, послідовним переліком тем, підтем, комплексів і груп пам'яток, каталожним переліком затверджених експонатів [6, с. 88]. Згодом, етап підбору експонатів, який необхідний у плані дотримання принципів атракційності й репрезентативності предметів, що обираються з фондосховища для експонування. Якщо предмети є в кількох екземплярах, для експозиції обирається той, який зберігся краще чи яскравіший і привабливіший на вигляд. Є випадки, коли у фондових колекціях музею є обмаль унікальних предметів і немає можливості їх випозичати. В такому випадку, не доречним є виготовляти копії, а кращим і якіснішим рішенням виступають аудіовізуальні та художньо-оздоблювальні засоби, які доповнять наявні артефакти і не спростять експозиційну подачу [3, с. 45].

Важливим етапом є підготовка пояснювальних текстів. Вони поділяються на: експлікації та етикетаж. При написанні текстового супроводу експозиції важливо здивувати читача, зацікавити його маловідомими фактами. Водночас тексти не мають бути об'ємними з використанням надскладної вузькопрофільної термінології, а лаконічними, доступними у викладі матеріалу. Доречно знати, що тексти не є специфічно музейним засобом вираження, тому експозиція не має бути ними переобтяжена. На завершальному етапі підготовки експозиції відбувається монтаж. На цьому етапі є змога зауважити певні огріхи й зробити відповідні корективи у попередніх планах і ескізах. Монтажне проектування полягає в розробці групою музейних працівників комплексу документації, необхідної для виготовлення і збирання

експозиційного устаткування, науково-допоміжних матеріалів, освітлювальної апаратури і технічних засобів. На основі монтажних аркушів та шаблонів виготовляється необхідне устаткування, кріплення, планшети для анотацій, перевіряється візуальна сумісність експонатів і загальне враження від експозиції. Важливим моментом, у процесі монтажу експозиції є зважений підхід до вразливості експонатів на дії прямого сонячного світла, фотоспалахи, найменші температурні коливання у час скупчень відвідувачів. Для захисту таких уразливих пам'яток використовують спеціальні технічні засоби, а в дуже рідкісних випадках замінюють оригінал на її точну копію.

Для того, щоб надати відвідувачам можливість самостійно орієнтуватися в експозиції, використовується система покажчиків. Це, перш за все, план експозиційних залів, що містить назву кожного з них. Біля входу в окремих зал часто розміщується його план з вказівкою маршруту, назвами і нумерацією експозиційних комплексів. У залах використовують покажчики у вигляді стрілок на стіні або на підлозі.

У результаті професійної, послідовної, креативної підготовки експозиції можна досягнути її естетичну цілісність – гармонійну єдність художньо-образного, функціонального, конструктивно-технічного та економічного аспектів, що сформує музейний продукт за інформативними атрактивними змістовими ознаками. Для детального фахового ознайомлення з експозицією в музеї передбачено проведення екскурсій як музейного «діалогу». Це один зі способів отримання цілісної інформації про заекспоновану колекцію, історію музею, його діячів, формування колекцій та ін. Важливе місце посідає активна залученість відвідувачів музею до екскурсії та підвищення ефективності екскурсовода «шляхом відмови» від нагромадження фактів. Зважаючи на емоційний вплив різних звуків, можна оживити сприйняття експонатів за допомогою фонокоментарів [4, с. 80]. Таким чином, можна використовувати різні природні шуми (голос птахів, шум вітру, течія води, горіння багаття і т.д.), музичний та аудіо супровід через колонки та навушники. Для додаткової інформації можуть слугувати невеликі екрани чи піюптри. Іноді, як елемент інтерактивності використовують урухомлені підставки під експонати, які за допомогою спеціального механізму повільно обертаються разом з пам'яткою так, що її можна оглянути з всіх сторін. Сучасні системами освітлення дають можливість використовувати дистанційне управління світлом за допомогою пульта

чи автоматичного реагування на рух. Однозначно, потрібно переглянути музейне правило: «руками не чіпати». Для створення можливості «чіпати руками» можна, наприклад, поруч із пам'яткою на підставку покласти муляж, який можна взяти в руки чи приміряти на себе. Це додасть оживлення експозиції, зробить її цікавішою у сприйнятті та й прямо залучить відвідувачів [9, с. 116].

Практично у кожному музеї після огляду експозиції можна залишити свої враження від побаченого у книзі відгуків або гостьовій книзі як одного із найцікавіших предметів у музеї. Її можна розглядати як можливість «відповісти музею» та перетворитися на «джерело почуттів» цільової аудиторії [7, с. 18].

Із проходженням певного часу від відкриття експозиції попит на її огляд зменшується. Тож можна спробувати «оживити» її наступними діями: періодично змінювати окремі тематичні блоки; експонувати на короткий час мега унікальної пам'ятки із фондів музею; проводити профільні майстер-класи від відомих майстрів у залі експозиції.

Музеї працюють над створенням не тільки постійних, а й тимчасових експозицій – це виставки. Вони бувають як стаціонарними, так і пересувними, а їх тимчасовий характер виявляється у складі експонатів. На виставках часто демонструються предмети з інших музеїв і приватних колекцій, а також предмети, які не можуть довго знаходитися за межами фондосховищ, наприклад, акварелі, письмові джерела, унікальні речі тощо.

У музейній практиці склалися три основні типи музейних виставок – це тематичні виставки, в основі яких лежить певний сюжет; фондіві виставки, які знайомлять відвідувачів з мало-відомими і малодоступними колекціями; звітні виставки, які створюються за результатами реставраційних робіт, за підсумками комплектування фондів (так звані виставки нових надходжень). Доволі поширеними є тематичні виставки художників, фотомитців, колективні пленери. На відкриття таких виставок часто запрошуються музичні колективи та ансамблі, почесні гості в особі державного посадовця, генерального консула, представника духовенства. Іноді виставка об'єднується разом із презентацією альбому чи каталогу робіт даного автора. Найбільш резонансні виставкові проекти завершуються круглим столом із обговоренням результатів, перспектив та відгуків відвідувачів.

Підготовка тимчасової виставки займає менше часу і засобів, ніж постійна експозиція, проте під-

бір предметів, формування виставкового плану, текстів та підписів потребує індивідуального підходу. Обладнання під такі виставки є часто використовуваним, легко розбірним, модульним. Через свій короткотривалий час експонування та приуроченність до певної події, такі виставки зазвичай користуються великим попитом серед поціновувачів відвідування музею та гостей міста.

Висновки. Використовуючи фінансові та людські ресурси, музей може забезпечити технічну й організаційну базу для створення належного «продукту», який насамперед ґрунтується на його колекції, науковому підході, виконує просвітницьку функцію та сприяє розвитку чи то всієї країни, чи окремих теренів у культурному, соціальному чи економічному аспектах. Дивлячись на музеї крізь призму їх експозиційної роботи, доречно відзначити їх різноманіття, що

зумовлене специфікою колекцій, відмінностями у роботі та навколишніми контекстами кожного з них. Вивчення музейної «продукції» виявляє характерні ознаки, що притаманні «гібридним» установам – це поєднання поширення і збереження, організація заходів і дослідницька робота, дозвілля і насолода, споживання і освіта. Створення виставок є складовою частиною експозиційної роботи музеїв. Виставки підвищують доступність і суспільну значимість музейних фондів, вводять в науковий і культурний обіг пам'ятки, що знаходяться в приватних зібраннях; сприяють відпрацюванню і вдосконаленню методів експозиційної і культурно-освітньої роботи музею, розширюють географію його діяльності. В даний час активно розвивається міжнародний обмін виставками, що сприяє культурному взаємозбагаченню [10, с. 3].

Список літератури:

1. Білавич Д. Місія музею та чинники її формування / Художній музей початку 21 ст. і його роль у формуванні сучасного культурного середовища: матеріали міжнародної науково-практичної конференції до 20-річчя Чернівецького обласного художнього музею. Чернівці, 2008. С. 11.
2. Вялець А. Музеї та сучасність / Музейна справа та музейна політика в Україні ХХ ст. Київ, 2004. С. 10–14.
3. Гречаников С.Н. Некоторые принципы пространственной организации экспозиции / Художественные музеи и эстетическое воспитание трудящихся. Москва, 1974. С. 44–65.
4. Живолуп Ю.И. К вопросу о комплектировании этнографических коллекций в краеведческих музеях / Музей и современность: комплектование музейных коллекций. Москва, 1982. С. 73–86.
5. Ідема Й. Як ходити до музею / пер. з англ. О. Якименко. Харків, 2019. 132 с.
6. Музей: менеджмент і освітня діяльність / Упор. З. Мазурик, Г. Аартс. Львів, 2009. С. 84–93.
7. Піскун В. Роль музейної спадщини у формуванні національної ідентичності українців (кін. ХІХ – поч. ХХ ст.) / Музейна справа та музейна політика в Україні ХХ ст. Київ, 2004. С. 14–20.
8. Сабов М.М. Образно-средовое решение экспозиции – путь к активизации и повышению эффективности музейной коммуникации / Музей на межі тисячоліть: минуле, сьогодення, перспективи. Дніпропетровськ, 1999. С. 108.
9. Скрипинська Т.В. До питання створення нових експозицій в краєзнавчих музеях / Музей на межі тисячоліть: минуле, сьогодення, перспективи. Дніпропетровськ, 1999. С. 116.
10. Создание стационарных и передвижных выставок в государственных музеях (рекомендации подготовили Шавшин Г.В., Пригора А.В.). Київ, 1989. С. 3.
11. Тобелем Жан-Мішель. Нова епоха музеїв. Культурні установи перед викликом менеджменту / пер. з французької З. Борисюк, П. Таращука, С. Тевольде. Київ, 2018. 320 с.
12. Унгурян М. Музей і національне виховання / Художній музей початку 21 ст. і його роль у формуванні сучасного культурного середовища: матеріали міжнародної науково-практичної конференції до 20-річчя Чернівецького обласного художнього музею. Чернівці, 2008. С. 42.
13. Шлепакова Т. Л. Безбар'єрний культурний простір України як зона комфорту і реабілітації для людей з особливими потребами. URL: https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Tematich_ogliadi/2014/integraciya.pdf (дата звернення: 20.05.2022).

Suponiewa S.V., Hodovanska O.M. MUSEUM EXHIBITION: GENERATION AND VARIABILITY

The article considers the main stages of organizing a museum exhibition: scientific and conceptual, thematic and exhibition planning, selection of exhibits, and installation design. Explanatory texts (explication and labelling) are analyzed as one of the ways to interact with works of art. The integrity of the museum exhibition is a harmonious unity of artistic, functional, structural, technical and economic aspects. It combines museum objects according to their informative and attractive content features. The features of temporary exhibitions,

i.e. displays and related work on studying, preserving and publishing, which «add weight» to museum collections, are outlined.

The tour is described as a museum «dialogue», which is one of the ways to get complete information about the exhibited collection, the museum's history, its figures, the formation of collections, etc. The role and significance of active involvement of museum visitors in the tour are indicated, and the improvement of the guide's effectiveness «by avoiding» the accumulation of facts.

The article notes the weight of a review book or guest book as one of the most exciting items in the museum. It is an opportunity to «respond to the museum» and become a «source of feelings» for the target audience.

It is concluded that by using financial and human resources, the museum can provide a technical and organizational basis for creating a proper «product». It is primarily based on its collection and scientific approach, performs an educational function and contributes to the development of the entire country or individual territories in cultural, social or economic aspects. Looking at museums through the prism of their exhibition work, we should note their diversity, which is due to the specifics of the collections, differences in the work and the surrounding contexts of each of them. The study of museum «products» reveals the characteristic features inherent in «hybrid» institutions – a combination of distribution and preservation, organization of events and research work, leisure and enjoyment, consumption and education.

Key words: *museum, exhibition, excursion, labelling, display, review book.*