



УДК 747:069](477)"20"

ДИЗАЙН ІНТЕР'ЄРУ СУЧАСНОГО НАРАТИВНОГО МУЗЕЮ: ДОСВІД РЕВІТАЛІЗАЦІЇ

ШМАГАЛО Ростислав, ЮРЕЧКО Віталій
Львівська національна академія мистецтв, Львів, Україна
shmahalo@hotmail.com, yureschko777@gmail.com

Представлені результати аналізу закордонних джерел з питань дизайну інтер'єру музеїв на прикладі музею Варшавського повстання у Польщі. Проаналізоване їхнє становище у світі на даний момент та можливі рішення щодо впровадження майбутньої ревіталізації Українського музейного простору. Вивчення впливу тих чи інших аспектів дизайну на середовище музею та безпосередньо на відвідувача.

Ключові слова: дизайн музею, ревіталізація, музейний простір, наративний музей, видовищний дизайн.

ВСТУП

Що для нас музей? Давайте кожен для себе задасть таке питання. Для людей які хоч трохи цікавляться культурою, наукою та відвідують такі установи як галереї чи музеї, зрозуміло, що інституція, яка позиціонувала: тишу, строгість, нагляд - давно вже розірвала зону свого комфорту і в передових країнах Європи та світу позиціонує себе як місце творчості, розвитку культури і науки, поєднання освіти та розваг, проведення досліджень та є бездоганно функціональним підприємством, що переживає експансію нових цифрових технологій.

Україна відстає в плані організації музейного простору і нам як науковцям потрібно детально вивчати світові практики. Маючи вже готову закордонну платформу для вивчення, ми можемо швидко наздогнати наших колег та інтегрувати свої ідеї. Культура музейного простору України дуже багата та різноманітна. Утім, соціально-політичні обставини змушують нас наздоганяти окремі еволюційні віхи дизайнування музеїв, нових методів презентації культурно-мистецької спадщини, щоб позиціонувати себе, як якісна та освічена держава.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Український музей як ніколи потребує змін. Нині ми маємо можливість підготуватись до культурного марафону, адже великі впливання в культуру – це питання часу. Український фронт культури зазнав шквал репресій та утисків ще на початку ХХ ст. і від того часу ми переживаємо сильне зкуркулення та викривлення дійсності. Музейні інституції не розвивалися сильно відстаючи від передових країн світу. Тому виникає необхідність вивчення закордонних аналогів та їхньої практичної дизайнерської діяльності в музейних установах,



аби при усвідомленні нашої специфіки в даному питанні, змогли адаптуватись та влитись у світову музейну спільноту як передова країна Європи.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Що взагалі являє собою дизайн? Це творчий метод, процес і результат художньо-технічного проектування промислових виробів, їхніх комплексів і систем, орієнтований на досягнення найповнішої відповідності створюваних об'єктів і середовища для потреб людини, як утилітарних так і естетичних. Утім, ми наголошуємо на словосполученні «для людини». Саме так дизайн, це про людей, не про зовнішній вигляд, не про матеріал чи технічне використання спочатку, а саме про людину. Основна функція дизайну – це полегшення, покращення життя людини та для людини.

Давайте тепер з'ясуємо функціональну дотичність дизайну з поняттям музею. Музей – це культурно-освітній та науково-дослідний заклад, призначений для вивчення, збереження та використання пам'яток природи, матеріальної і духовної культури, залучення громадян до надбань національної і світової історико-культурної спадщини. Основними напрямками музейної діяльності є культурно-освітня, науково-дослідна, інформаційна діяльність, комплектування музейних зібрань, експозиційна, фондова, видавнича, реставраційна, пам'ятко-охоронна діяльність та інші. Це в ідеалі, а от перелік функцій, які виконує український музей, потребує доповнення усталених структурно-логічних схем, які застаріли. Проблема не тільки в музеї, а й управлінській частині державного апарату, адже це все-таки державна інституція і держава накладає певні обмеження. Розв'язання рук музею дозволить інтегрувати діяльність дизайнерів у його сучасність та відкриє шлях до співпраці та розвитку. Музейний дизайн в Україні не сповна орієнтований на людину, це є глобальною проблемою, яка тягнеться ще від радянського союзу.

У світовій історії 1995-2005 роки вважаються періодом музейного ренесансу. Це стосується Європи та північної Америки, Японії, Кореї та деяких країн близького сходу. На зміну іміджу музею як пасивної форми збирання колекцій приходить образ творчої інституції, яка стимулює створення нових форм культури та науки, проводить науково-дослідницьку діяльність, поєднує розваги з освітою, відіграє важливу соціальну роль і стимулює розвиток туризму. Саме модифікація побудови експозиції сприяла створенню нарративних музеїв у 1990-х роках, яка змінила уявлення про сучасну музеологію. Одним з перших нарративних музеїв був Меморіальний музей Голокосту у Вашингтоні, округ Колумбія, який з моменту його відкриття у 1993 році відвідало понад 30 мільйонів відвідувачів. Заснування цього музею відкрило нову еру в історичному музеєзнавстві. В сучасному музеї оригінальність експонатів відходить на другий план, а головне викликати відчуття автентичності у глядача. Така виставка впливає не тільки на зір, а й на інші органи чуття, наприклад, на слух (з'являються різні звуки, пов'язані з характером виставки), нюх (нюхові стимули), дотик (це вже не заборонено – глядачеві нарешті можна взяти експонат в руку, підійти та побачити його зблизька) або навіть скуштувати (багато музеїв організують різні види дегустацій). Використання композиції різноманітних подразників викликає



сильні враження та переживання у відвідувача, створює унікальну виставкову атмосферу [1].

Таку модель музейного досвіду називають, інтерактивною моделлю досвіду. Такий музей побудований з точки зору відвідувача, чий візит пов'язаний з трьома контекстами: особистим, соціальним і фізичним. Особистий контекст відвідувача кожного разу різний, залежно від знань, досвіду та чутливості, а також від очікувань щодо часу, проведеного в музеї. Щодо соціальної моделі, кожен візит в музей відбувається в певній соціальній перспективі, яка сильно впливає на індивідуальне враження. Цей контекст включає стосунки з групою, з якою прийшов відвідувач, а також взаємодію з іншими відвідувачами музею, його працівниками та екскурсоводами. Третій контекст - це архітектура будівлі, її об'єктів, інтер'єр, а також сама атмосфера місця. Хід візиту, самопочуття відвідувача та його участь найбільше пов'язані з цим контекстом, але сприймаються через особистий. У музеях куратори створюють декорації, розташовують артефакти, таким чином створюючи наратив відповідно до власного бачення та уявлень, подаючи це зрозуміло для глядача. Це також частина третього контексту, який завжди створюється з певним наміром. Відповідь на питання, що з цього отримає глядач залежить від його досвіду, тобто особистого контексту [2].

Наративні музеї є найбільше відвідуваними музеями у світі. Чудовим прикладом слугує сучасний музей Варшавського повстання у Польщі, який за понад 7 років відвідало 3 мільйони відвідувачів. Це приклад використання наративу в музеї та ревіталізації історичної промислової будівлі. Музей створений на території колишньої трамвайної електростанції, яка є пам'яткою постіндустріальної архітектури. Музей складається з чотирьох рівнів: партер, мезонін, перший поверх і підземний. Порядок кімнат вказано на сторінках, але це лише пропозиція творців музею, щодо порядку відвідування цього місця, кожен відвідувач прокладає свій маршрут. В музеї використовують світло, звуки і мультимедійні технології для відтворення реалії життя повстанців.

Сучасний музей за допомогою дизайнерських рішень перетворився на місце, яке дає змогу відвідувачу потрапити в історію, яку він розповідає. Заінтриговані ефектом «видовища» для задоволення відвідувача, деякі музеї та дизайнери виставок почали залучати принципи, які використовують театри, тематичні парки та громадські атракціони, щоб перетворити музей на місце вражень – тим самим припідносячи це як принцип «Spectacular Design». Видовищний дизайн у музейних виставках показує, що неважко перенести видовище в музейне середовище. Такий підхід може допомогти тим виставкам, які мають на меті занурити аудиторію в історію, дати їм можливість побачити інший світ або залучити їх до практичних занять [3].

Українському музею потрібне значне оновлення в усіх його аспектах. В цьому може допомогти ревіталізація, яка зараз практикується у світі, а особливо в сусідній нам країні Польщі, де активно вливають кошти в культуру, зумовивши «культурний бум», залучаючи все більше інвесторів для окультурення, збереження, відновлення історичних об'єктів. Основним завданням ревіталізації є надання нової функції, по новому розглянути архітектуру та втілити в неї життя. У колах творців – архітекторів, дизайнерів,



містобудівників і ландшафтних архітекторів, ревіталізація визначається як багатогранний і багато потоковий цикл обробок, пов'язаних з місцем або більшою територією, спрямований на поліпшення його технічних, естетичних, функціональних, а також економічних, соціальних, культурних, демографічних, психологічних та екологічних цінностей. Вона повинна включати консультації з майбутніми або поточними користувачами території, яка стає ареною ревіталізаційних заходів. Слова, які містяться у передмові до польського видання міжнародного довідника зі створення успішних публічних просторів, видаються тут важливими (і тому визначення ревіталізації має включати ці умови): створювати для людей, з людьми, по-людськи. У наших умовах, війни, коли Україна веде протистояння повномасштабному вторгненню Росії, такий підхід є настільки ж авангардним, наскільки очевидним, простим, розумним і ефективним. Бо цей дизайнерський досвід містить у чистому вигляді найголовніше – правду, добро і красу [4].

ВИСНОВКИ

Отже Український музей потребує кардинальної ревіталізації чи реновації. Цей процес можна називати як завгодно, але основна наша мета, перейняти і збагатити застосований досвід зберігати свою історію та культуру, а ще навчитись ділитись нею та презентувати. Адже сучасний нарративний музей зацікавлює, надихає та розповідає так, що відвідувач не забуде ніколи, а це кардинально важливо для ствердження культури у становленні міцного суспільства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Wilińska A. Współczesne muzea narracyjne. Analiza przestrzeni muzealnej na przykładzie Muzeum Powstania Warszawskiego i Muzeum Fryderyka Chopina: дис. магістра. Uniwersytet Warszawski. Warszawa, 2016. 61 с.
2. Falk J. H. & Dierking L. D. The museum experience revisited. Routledge, 2016. 416 с.
3. Counts C. M. Spectacular design in museum exhibitions. *Curator: The Museum Journal*. 52(3). 2009. С. 273–288.
4. Furtak M. Problematyka rewitalizacji zespołów pałacowo-parkowych na przykładzie projektu rewitalizacji muzeum w Przeworsku. *Przestrzeń i Forma*. 2012. № 17. С. 215–226.

SHMAGALO R., YURECHKO V.

INTERIOR DESIGN OF A CONTEMPORARY NARRATIVE MUSEUM: REVITALIZATION OF THE UKRAINIAN MUSEUM.

The presented results of the analysis of foreign sources on the interior design of museums, using the example of the Warsaw Uprising Museum in Poland. Their current state in the world has been analyzed, along with possible solutions for the future revitalization of the Ukrainian museum space. The study examines the impact of various design aspects on the museum environment and directly on the visitor.

Key words: museum design, revitalization, museum space, narrative museum, spectacular design.