Е.А. ЛАВРЕНТЬЕВА
Кандидат искусствоведения, доцент кафедры «Коммуникативный дизайн» МГХПА им. С.Г. Строганова
e-mail: strogdesign@gmail.com

К.Ф. ПАРМОН
Доцент кафедры «Коммуникативный дизайн» МГХПА им. С.Г. Строганова
e-mail: k.parmon@gmail.com

М.Р. САЙФУДИНОВА
Аспирант МГХПА им. С.Г. Строганова
e-mail: marina.sayfudinova@gmail.com

E.A. LAVRENTIEVA
Candidate of art history, assistant professor of the department of «Communication design» of the Stroganov Academy (MGHPA)
e-mail: strogdesign@gmail.com

K.F. PARMON
Assistant professor of the department of «Communication design» of the Stroganov Academy (MGHPA)
e-mail: k.parmon@gmail.com

M.R.SAYFUDINOVA
Postgraduate student of the Stroganov Academy (MGHPA)
e-mail: marina.sayfudinova@gmail.com

ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ГРАФИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА ДЛЯ ПРОФИЛЬНЫХ И МАЛЫХ МУЗЕЕВ ГОРОДА МОСКВЫ

DESIGN FEATURES OF THE GRAPHIC COMPLEX FOR SPECIALIZED AND SMALL MUSEUMS IN MOSCOW

В статье рассматриваются особенности проектирования графического языка для профильных и малых музеев Москвы. Ис-

следуется сам феномен «малого музея» как библиотеки, архива, «кунсткамеры», архива разрозненных предметов. Анализируется магистерский дипломный проект — предложение по созданию целостной музейной системы, объединяющей экспозиции в рамках так называемой «материальной культуры».

The article discusses the features of graphic language design for specialized and small museums in Moscow. The phenomenon of the «small museum» as a library, archive, «kunstkamera», archive of disparate objects is investigated. The master's thesis project is analyzed — a proposal to create a holistic museum system that combines expositions within the framework of the so-called «material culture».

Ключевые слова: малый музей, дизайн-программа, материальная культура, история отечественного дизайна, графический язык, идентичность.
Keywords: small museum, design program, material culture, the history of Russian design, graphic language, identity.

Активный процесс появления музеев на основе малых частных собраний и различных коллекций, узкоспециализированных музеев при различных культурных институциях, музеев, связанных с культурой и бытом определенных эпох, ставит вопрос о том, что же привлекает посетителей, что, по большому счету, демонстрируется в такого рода музеях. Одним из ответов может быть то, что основным предметом показа, объектом интереса в подобных музеях становится предметно-художественная культура, опредмеченный образ жизни или, иными словами, — дизайн, то есть все эти музеи можно рассматривать как ответвления, ростки какого-то глобального Музея Дизайна и материальной культуры. Музеи дизайнерских школ, среди которых наиболее известны три музея Баухауза (в Ваймаре, Дессау и Берлине), можно рассматривать не только как музеи искусства, методики преподавания, но и как музеи, представляющие профессиональные идеалы в области моделирования образа жизни, типов потребителей, рефлексий художников на повседневность. Вся эта сфера, использующая тематику дизайна, нуждается в дизайнерских же инструментах не только для организации среды, показа, графических материалов, но и для создания взаимосвязанных

музейно-экспозиционных комплексов. И графический дизайн в этой системе — первый шаг для интеграции и системной организации всего многообразия коллекций.

Устоявшийся для 1980–90-х термин «графический комплекс» в современном профессиональном лексиконе заменен понятием «айдентика» — калькой с английского слова, чей перевод буквально означает «личность, индивидуальность, подлинность». Данная «реформа» — не просто переход на интернациональный язык общения в сфере графического дизайна, она демонстрирует одновременно и смену парадигмы (от унифицированного стиля к уникальному диалекту) и смену понимания задач, которые должны решаться посредством «графического комплекса». Образ «официального представителя» сменяется на образ-личность, острый по своему характеру, уникальный в совокупности своих персональных качеств. В отечественной практике этот момент четко выражен за счет лексикона; англоязычное профессиональное сообщество по-своему акцентирует смыслы, добавляя к слову identity вначале corporate, а затем — visual, как это делает Филипп Меггс, описывая примеры, принадлежащие разным стилевым моделям в истории графического дизайна [1].

Неожиданным образом эта политика оказывается ярко проиллюстрированной в рамках музейных институций — активно развиваются профильные, камерные, так называемые «малые музеи», в экспозиционно-выставочной деятельности знаком времени становятся авторские кураторские проекты, основной целью которых оказывается демонстрация не столько предметов коллекции, сколько нарратива, «текста», возникающего из их соседства, сопоставления их между собой. Ценность приобретает персональное вИдение темы, авторский комментарий, в котором куратор как творческая личность оказывается сопоставим по масштабу деятельности с самим художником. В такой ситуации проблема создания айдентики музейного комплекса превращается в поиск особого визуального языка — языка общения с публикой.

Айдентика музея — это знак экспозиционного пространства, сформированный в рамках историко-художественного контекста. Она призвана дать представление о характере коллекции и несет в себе множество функций, которые могут быть обозначены как реклама, рассказ, интрига, приглашение к просмотру. Ее основная роль — быть упаковкой смысла (кураторской идеи, музейной политики), элегантно «укрывать

форму», наподобие того, как это делает Христо Явашев, упаковывая в белое и цветное полотно вещи, архитектуру и целые острова. «Все обернутое становится абстракцией сущности объектов, а все тривиальное и несущественное — спрятано» [2]. Визуальный язык делегирует идею, дает отсылку, отталкиваясь от экспозиционного предметного ряда, создает его символический (а иногда и абстрактный) образ.

Экспозиции малых музеев, к которым могут быть причислены краеведческие музеи, дома-музеи, тематические (профильные) музеи, как правило, носят дискретный характер — это некий срез времени, семьи — память места, выраженная через совокупность предметов, получающих ценность в связи с их ролью в формировании его облика и сущности. Они начинают «говорить», когда ясно обозначен контекст — ситуация творчества, ремесла, города и его истории, человеческой жизни. Также, само место – дом, где располагается музей, является экспонатом-оболочкой, содержащей в себе отдельные предметы-символы, объединяющей их посредством исторического времени, фрагмента человеческой жизни.

В одном из своих рассказов Владимир Набоков награждает подобные музеи чередой ироничных определений — «все было как полагается: серый цвет, сон вещества, обеспредметившаяся предметность» [3]. Множество разрозненных вещей, оживающих лишь в руках умелого экскурсовода — или в рамках неординарной экспозиции. Прообразом малого музея является кабинет — локальное частное собирательство артефактов истории. Поскольку изначально ученые использовали слово «музей» по отношению к любому месту — архиву, кабинету, библиотеке, саду, можно сделать вывод, что музеем может именоваться любое место, в котором хранится коллекция, имеющая историческое значение.

Идея о расширении значения музея, его функции и социальной роли, предложенная искусствоведами и кураторами начала XX века, повлекла за собой количественный рост музеев и развитие его типологии. С этого момента фактически любое место с частным собранием и культурно-образовательной программой имело право назвать себя музеем.

Камерные музеи со специализированной коллекцией стали востребованными во всем мире в 1970–80-х гг. Причиной послужило несколько факторов, среди них — стремление к независимости и идентичности, «музейный бум», расширение музейной аудитории: от возрастной категории, профессии до людей, путешествующих по всему миру

(следует особо отметить молодежные музыкальные субкультуры с традицией фанатичного коллекционирования различных артефактов — от программок и афиш до одежды исполнителей).

В эссе «Провинциальный музей», «Мета-», написанных современным «двойником» известного философа и теоретика культуры XX века Вальтера Беньямина (1892–1940), предметом рассуждения становится «музей-библиотека» («библиотечная модель») [4]. Автор называет такие музеи «институтом памяти» [4], ведущими свое начало от ранней формы музейных учреждений: kunstkamera (кабинеты редкостей), библиотека, архив, коллекции которых были основаны на частном собирательстве артефактов истории (предметы повседневной деятельности человека, естественнонаучные артефакты). «Малый музей» изначально не являлся музейным институтом, а всегда был, прежде всего, «вещественным архивом», способом сохранения наследия. В этом — их специфичность и привлекательность для посетителей, но, вместе с тем, и уязвимость как неопределенных по своему статусу музейных институций, остающихся вне городского культурного поля из-за отсутствия рекламной и информационной стратегии.

Несмотря на уникальность своих собраний, малые музеи могут быть объединены по различным признакам — дома-музеи (поэта, писателя, художника, музыканта), музеи, связанные с определенными вехами в истории города, музеи, затрагивающие предметно-бытовую среду. И именно подобное сообщество точек на карте города способно более ярко заявить о себе, представив публике не просто один факт из истории культуры, а цельный просветительский проект. В него могут войти сразу несколько предложений — от маршрута, соединяющего между собой разрозненные музейные здания (вариант «профильного путеводителя») до кураторских тематических экскурсий, лекций, раскрывающих отдельные аспекты экспозиции.

В рамках магистерского дипломного проекта, выполненного на кафедре «Коммуникативный дизайн» МГХПА им. С.Г.Строганова (автор М.Р.Сайфудинова, рук. К.Ф.Пармон) было сформировано предложение по реорганизации семи самостоятельных тематических, так называемых, «малых музеев» в целостное сообщество под знаком истории материальной культуры и объединения их под эгидой Музея Москвы.

На этапе предпроектного исследования было отобрано семь музеев: два государственных профильных музея (Музей кино на ВДНХ,

Музей пассажирского транспорта), один частный профильный музей (Музей индустриальной культуры), пять частных малых музеев города Москвы: Музей автомобильных историй, Музей индустриальной культуры, Музей «Дом винтажной музыки», Музей советских игровых автоматов, а также одно музейно-выставочное учреждение — Центр Авангарда на Шаболовке. Было отмечено, что с течением времени количество музеев, входящих в состав объединения «Музей Москвы», может увеличиваться. Именно поэтому графическая система изначально задумывалась как гибкая и открытая структура, способная на основе имеющихся принципов легко создавать визуальный облик следующего, вступающего в ряды объединения, музея.

История материальной культуры — это история предметного мира, окружающего человека, от бытовой повседневности малого масштаба до транспортной и профессиональной техники, элементов автоматического оснащения городской среды. Фактически, это история о существовании человека внутри различных пространств и ситуаций, рассказанная посредством предметов. Этот момент оказал свое влияние на формирование графического языка музеев, объединенных под знаком материальной культуры.

С одной стороны, во внимание была принята фактура времени (основные экспонаты относятся к периоду 1950–80-х гг.), с другой — идея создания единого языка на основе более чем разносторонней экспозиции. И здесь соединились незатейливые ностальгические образы сопроводительных инструкций, графика упаковки (информационная «оболочка» той предметно-бытовой среды) и более высокая, профессиональная проектная культура дизайна (говоря языком своего времени, художественного конструирования), развивавшаяся в стенах ВНИИТЭ. Понятие дизайн-программы как метода проектирования целостной визуальной среды стало ключевым для начала 1970-х благодаря Дмитрию Азрикану, руководителю сектора перспективных разработок. «Дизайн-программы были ориентированы на формирование крупных многопредметных комплексов с единой функцией. (…) Смысл заключался в проектировании не отдельных предметов, а целых систем и связей между ними» [5]. Опираясь одновременно на профессиональную «идеологию» времени и некий условный визуальный образ бытовой повседневности, определили набор художественных средств (цвет, шрифт и характер иллюстративной графики), ставших основой графической си-

стемы проекта. Всего в цветовой палитре задействовано восемь оттенков, последний, серый, является универсальным и используется в каталоге-путеводителе.

Основной шрифтовой гарнитурой проекта является NEXT Pan — новый гротеск, созданный в 2007 году графическим дизайнером Людовиком Балландом и студией Ludovic Balland Typography Cabinet для айдентики Музея современного искусства в Варшаве. Именно он оказывается наиболее приближенным к языку аббревиатур, индексов, табличек и инструкций 1950–80-х гг. NEXT Pan — это многофункциональная шрифтовая гарнитура, сочетающая в себе и геометрическое, и каллиграфическое начертание, что позволяет использовать разные версии начертания в пределах одного шрифтового семейства. Гарнитура поддерживает кириллический алфавит, имеет три версии NEXT PanBook, Poster, Mono, а также пять степеней насыщенности (от ультрасветлого до экстра интенсивного). Гарнитура имеет функцию OpenType с тремя различными начертаниями из одного семейства, которые подходят для акцидентного или основного набора текста. Кириллическая версия предлагает расширенный набор символов и знаков, также дополнительные выносные элементы для букв «й», «ё», что удобно при верстке текста, например, если нужно для акциденции сократить пространство между строчками в заголовках. Шрифт можно использовать как для крупного набора, так и для мелких подрисуночных подписей.

В дополнение к основному набору для структурирования и акцента на справочной информации о музеях (адрес, часы, работы, стоимость входного билета и экскурсии) используются пиктограммы шрифтовых гарнитур Navigo и GretaSymbol, поскольку они разрабатывались специально для навигационной системы.

Иллюстративная графика представляет собой силуэтные изображения, что отсылает к вынужденной скупости визуального языка технических инструкций и упаковок, представлявших собой типовые картонные коробки с «этикетками», часто напечатанными в две краски. Но, вновь, здесь сталкиваются два полюса восприятия действительности — тривиальная полиграфическая база и, одновременно, унифицированный, систематизированный язык создания изображений, отсылающий к понятию «дизайн-программа».

За счет триады — цвет, шрифт, графика — ясно читается время, создается неуловимое ощущение эпохи, погружения в нее — мы как будто

перебираем вещи прошлого. При этом графическая культура ушедшего времени не копируется «вслепую», а по-своему ее интерпретирует, усвоив «правила игры». В более «серьезных» формах — каталог-путеводитель — отчетливо прослеживаются реминисценции на журнал «ТЭ» (техническая эстетика), ставший в свое время площадкой для формирования теории и методологии отечественного дизайна. Каталог-путеводитель завершается азбукой, представляющей собой точный и ироничный срез времени — культуры повседневности 1950–80-х. На каждую букву подобраны и проанализированы десятки слов, охватывающие широкий диапазон — от предметного мира жилого пространства до городской среды.

Для системы логотипов за основу была взята идея библиотечных индексов, технический язык которых, состоящий из буквенных и числовых шифров, одинаков с принципами систематизации музейной коллекции. Кроме того, механизм библиотечных индексов — это единая и гибкая система, позволяющая унифицировать, классифицировать и быстро присваивать шифр не только предмету каталогизации, но и в целом профилю (области исследования: киноведение, транспорт, музыка и т.д.).

На первом этапе проектирования системы логотипов музеи были поделены на три условные группы, чтобы выработать общие для каждой из них принципы, позволяющие легко сокращать название музея в аббревиатуру. Первая группа логотипов состоит из аббревиатуры двух букв. Статус культурной институции (музей, центр) сокращается и записывается строчной буквой «м» или «ц». Название институции также сокращается, но пишется прописными буквами. В первую группу был определен Музей кино («м_К»), Центр Авангарда на Шаболовке («ц_А»), а их названия были записаны аббревиатурой. Вторая группа — аббревиатура из трех букв. В группе оказались следующие музеи: Музей автомобильных историй («м_АИ»), Музей индустриальной культуры («м_ИК»), Музей пассажирского транспорта («м_ПТ»). К третьей группе относятся логотипы с аббревиатурой из четырех букв: Музей советских игровых автоматов («м_СИА»), Музей «Дом винтажной музыки» («м_ДВМ»).

Номинально состав проекта насчитывает три типа информационных бумажных носителей — информационные плакаты-буклеты, листовки с расписанием образовательных программ и каталог-путеводитель «Предметный мир 1900–1990». Но именно графическая система (цвет, шрифт, характер графики) становится уникальной платформой, на основе которой отдельные носители соединяются в единую структу-

ру. Не менее важным для выбора стратегии проектирования стал и факт принадлежности перечисленных музеев к малобюджетным организациям. Последнее предусматривает не только технологические аспекты (формат, печать), но и возможность «многопрофильного» использования одного и того же предмета, выполнение им нескольких функций, его потенциальную трансформацию из одной формы в другую.

Каждый носитель рассчитан на определенную аудиторию, несет в себе информацию, предназначенную для различных фокус-групп. Плакаты-буклеты и информационные листовки призваны удовлетворить любопытство молодежи и ностальгирующей публики. Каталог-путеводитель объединяет под одной обложкой экспонаты всех малых музеев материальной культуры и представляет собой единый алфавитный указатель. Он адресован, прежде всего, узкому кругу профессионалов — искусствоведам и культурологам, декораторам кино и театра.

Интерактивность музейной экспозиции достигается простейшими средствами — действиями, которые должен совершать посетитель выставки, отрывая плакат, складывая его в буклет по прочерченным линиям сгиба, превращая крупную печатную форму в камерную, тем самым меняя ее функции. Задействованы потребности и привычки современного зрителя, традиционные полиграфические формы спроектированы в жанре актуальных высокотехнологических принципов коммуникации, но с применением тривиального бумажного носителя.

Взаимный обмен между цифровым и бумажным пространством происходит сегодня постоянно, от простого заимствования элементов экранных интерфейсов в качестве элементов графического языка до копирования самой природы письменности при создании новых информационных носителей (разработки так называемого «электронного пергамента» и «электронных чернил»). Здесь же посредством простого конструктивного решения — превращения одного объекта в другой — удается создать эффект трансформации вещи — влияния на жанр (назначение вещи). Плакат становится буклетом, меняется его графический образ — и всего лишь за счет композиции элементов, которые оказываются «скадрированы» посредством сгиба бумажного листа. По такому же принципу выстроена и конструкция каталога — его суперобложкой является двухсторонний плакат, сфальцованный под его формат.

В рамках данного проекта возникает и дополнительная отсылка — к Московскому музею дизайна и их активной выставочной и

просветительской деятельности. Собирая информацию о ВНИИТЭ (интервью, архивы) на протяжении десятка лет, музей неоднократно превращает подобный материал в кураторский проект, как это случилось в 2016 г. на Первой Лондонской международной биеннале дизайна (автор экспозиции Степан Лукьянов), где были представлены «забытые архивы советских дизайнеров». В лайтбоксах, напоминавших по своему формату традиционные слайды (еще одна примета своего времени), размещались цветные фотографии, рассказывающие об уникальной системе дизайна, сформировавшейся в стенах ВНИИТЭ.

Цветной слайд обладает особым колоритом, который сегодня легко выделяет съемку прошлого на фоне цифровых фотографий. Это теплая, местами зеленоватая или красноватая гамма, с характерными, приглушенными цветами. И гамма проекта становится реминисценцией и на профессиональную проектную среду, и на само время, и на атмосферу института.

Когда-то, почти двадцать лет назад, на защите дипломных проектов кафедры «Коммуникативный дизайн», К.А.Кондратьева сказала по поводу одной из работ, которая была принята комиссией настороженно: «Это рефлексия на шестидесятые. Придет время, и эта стилистика окажется востребованной». Ее слова оказались провидческими, но сегодня особенно значимым становится тот факт, что данная стилистика оказывается символом не только конкретного исторического периода (культуры оттепели), но и визуальной отсылкой к одному из этапов развития отечественного дизайна.

Формат магистерской работы предполагает проектирование в рамках полноценного и глубокого исследования темы, погружения в контекст — социальный, культурный, исторический, на основе которого определяется проблематика задания и выявляется ряд возможных визуальных метафор, образно-графических интерпретаций темы. «Малые музеи» — один из наиболее удачных примеров, раскрывающих методику работы, поскольку позволяет увидеть четкую систему связей графического языка проекта и предметно-экспозиционной среды, для которой он создается. Соединенными оказываются множество смыслов и тем — культура повседневности 1950–80х, профессиональная дизайнерская среда, современность, где предпринимаются попытки сохранить наследие и акцентировать внимание на графической фактуре прошлого.

Примечания:

1. *Philip B. Meggs, Alston W. Purvis*. Meggs' History of Graphic Design (5th edition). John Wiley & Sons, 2011.

2. *Сантана Преап*. Рейхстаг воскрес: Работы Христо и Жанны-Клод. URL: https://birdinflight.com/ru/pochemu_eto_shedevr/20190418-christo-and-jeanne-claude.html (дата обращения: 22.09.2019).

3. *Набоков В*. Посещение музея // Сборник рассказов «Весна в Фиальте». СПб.: Азбука, 2013. С. 25.

4. *Беньямин В*. Музей — это история // Новые сочинения. М.: V-A-C Foundation, 2017. С. 219.

5. *Барышева В.Е., Дружинина О.Б*. Дизайн-программы ВНИИТЭ 1960–1980-х годов как истоки современной методологии дизайн-мышления // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА. 2019. № 2. Ч. 1. С. 272–283.

Библиография:

1. *Барышева В.Е., Дружинина О.Б*. Дизайн-программы ВНИИТЭ 1960–1980-х годов как истоки современной методологии дизайн-мышления // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА. 2019. № 2. Ч. 1.

2. *Беньямин В*. Музей — это история // Новые сочинения. М.: V-A-CFoundation, 2017.

3. *Коробьина И*. Музей: Проектируя будущее. М.: Кучково поле, 2017.

4. *Обрист Х*. Пути кураторства. Garage Pro. М.: Ad Marginem, 2016.

5. *Смит Терри*. Осмысляя современное кураторство. GARAGE Pro. М.: AdMarginem, 2015.

6. *Шуберт К*. Удел куратора. Концепция музея от Великой французской революции до наших дней. GARAGE Pro. М.: Ad Marginem, 2016.