Т.А. МОНИНА
Кандидат искусствоведения, профессор, зав. кафедрой промышленного дизайна РГХПУ им. С.Г. Строганова
e-mail: tmloko@mail.ru

В.А. ЗАРУДНЫЙ
Генеральный директор ООО «Экспо четыре вида», аспирант РГХПУ им. С.Г. Строганова
e-mail: zarudny@4vida.ru

Л.А. ЕФРЕМОВА
Кандидат педагогических наук, доцент, Директор Института профессионального образования РГХПУ им. С.Г.Строганова
e-mail: o.efremova@mghpu.ru

T.A. MONINA
Candidate of Art History, Professor, Head of the Department of Industrial Design of the Russian State Stroganov University of Design and Applied Arts
e-mail: tmloko@mail.ru

V.A. ZARUDNY
General Director of Expo Four Kinds LLC, graduate student of the Russian State Stroganov University of Design and Applied Arts
e-mail: zarudny@4vida.ru

L.A. EFREMOVA
Candidate of Pedagogical Sciences, Asssistant professor, Director of the Institute of Professional Education of the Russian State Stroganov University of Design and Applied Arts
e-mail: o.efremova@mghpu.ru

DOI: 10.37485/1997-4663_2024_3_2_451_460

ПРОБЛЕМЫ СМЫСЛООБРАЗОВАНИЯ ЭКСПОЗИЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРИТЯЖЕНИЯ КРЕАТИВНОЙ АКТИВНОСТИ В ОТЕЧЕСТВЕННОМ ЭКСПОДИЗАЙНЕ

THE PROBLEMS OF MEANING FORMATION OF THE EXPOSITION AS A TOOL FOR ATTRACTING CREATIVE ACTIVITY IN THE DOMESTIC EXPODESIGN

Авторы рассматривают проблему смыслоообразования в современном выставочном дизайне как один из ключевых моментов, определяющих информационный эффект, длительность и силу впечатления экспозиции. Смыслоообразование рассматривается как сердцевина проектной идеи, механизм трансляции содержания, концепции выставки. Выделяются две стратегии смыслообразования: метонимия и метафора.

The authors consider the problem of meaning formation in modern exhibition design as one of the key points determining the information effect, duration and strength of the impression of the exposition. Meaning formation is considered as the core of the project idea, the mechanism of translation of the content, the concept of the exhibition. Two strategies of meaning formation are distinguished: metonymy and metaphor.

Ключевые слова: смыслообразование, художественный образ, дизайн, креативные индустрии, центры притяжения креативных индустрий, креативный кластер.
Keywords: meaning formation, artistic image, design, creative industries, centers of attraction of creative industries, creative cluster.

Понятие «смыслообразование» в визуальных искусствах, дизайне и эксподизайне, в частности, предполагает передачу информации средствами одного из визуальных языков, доступных этому виду деятельности: языкам символов и знаков, конфигураций и значений форм (имея ввиду визуальные метафоры, аналогии, гиперболы, аллюзии и т.п.), кодировок цвета, композиционного решения пространства. Именно поэтому можно говорить о смыслоообразовании средствами языковых тропов,

которые рассматриваются в теории дизайна Е.В. Жердевым [1], И.Н. Стор [2] и другими отечественными авторами. Анализ семиотических проблем дизайна расширяет возможности теории и методологии дизайна [3].

Смыслоообразование можно рассматривать в двух контекстах. Во-первых — в контексте проектной деятельности, когда в ходе работы над формой складывается новый организм, все оттенки значений и факторов находят свое место в общей целостной структуре проектного образа. Во-вторых — в контексте когнитивных процессов, прочтения зрителем, посетителем, потребителем заложенного послания, характеристики, системы значений.

Несмотря на использование в современном эксподизайне всех каналов восприятия, зрительный канал, прочтение визуального образа, погружение в визуально артикулированную среду экспозиции остаются ведущей темой проектного образа.

Использование визуальных языков опирается на визуальное мышление, деятельность, связанную с кодированием и раскодированием визуальной информации. Психологи дают свое определение визуальному мышлению: «Визуальное мышление — это человеческая деятельность, продуктом которой является порождение новых образов, создание новых визуальных форм, несущих определенную смысловую нагрузку и делающих значение видимым» [4].

Формирование любой современной выставки в сфере промышленности, экономики, политики представляет собой результат креативной активности многих специалистов. Однако их усилия объединяют смысловая составляющая, ее интерпретация, образ, на сложение которого у посетителя влияют все элементы проекта: видеоконтент и конструкция стендов, униформа персонала и характер подачи текста, освещение и звуковой фон и т. д. и т. п. Каждая из этих позиций — результат творческой деятельности коллектива, элемент мозаики для составления «послания».

Экспозиция торгово-промышленных выставок XIX века часто тяготела к образу магазина или пассажа. Технические детали раскладывались на полках и подиумах, наподобие выкладки потребительских товаров, — горками и пирамидами, в застекленных витринах или на отгороженных площадках. И это считывалось посетителями как норма: наличие дистанции от товара. Выставки XX века (особенно в проектах Эль Лисицкого) обретали более сложный для прочитывания текст. Декоратор Исаак Рабинович представил экспозицию книг Госиздата в павильоне

Мельникова на Международной выставке декоративного искусства и художественной промышленности в Париже в 1925 году как имитацию читальни. Зритель мог буквально примерить на себе роль читателя, расположившись в уютных креслах [5].

Современные выставки с использованием иммерсивных технологий буквально приглашают войти в то или иное пространство, созданное видеоконтентом и видеопроекциями. В подобном формате на многих региональных стендах выставки-форума «Россия» (ноябрь 2023 — июль 2024) демонстрировались картины природа и памятники культуры тех или иных уголков страны.

На Санкт-Петербургском международном экономическом форуме 2023 года выставочная компания «4вида» представила выставочное пространство компании «Газпром» как символ единства истории и народов регионов России, создав экспозицию «Многонародная Россия». Коллаборация ПАО «Газпром» и Кунсткамеры, уникального музея, основанного Петром I, позволила соединить разнохарактерные экспонаты музея с темой добычи и использования газа. В проектном решении стенда был использован образ филигранной шкатулки, обрамленной изящными народными орнаментами. Внутри посетителей ждала эффектная экспозиция детально проработанных костюмов национальных этносов России со всех уголков страны. Анимационные изображения причудливых механизмов на экранах соседствовали с этническим материалом — реальными народными костюмами, подчеркнув тем самым объединяющую роль компании, ее интегрирующую роль не только в экономике, но и культуре России, поскольку «Газпром» является спонсором многих культурных мероприятий. Минималистичное оформление экспозиции позволило акцентировать экспонаты и орнаменты и увлечь зрителей своим многообразием [6].

Подобное решение, с одной стороны, позволило создать запоминающийся и насыщенный смыслами образ компании, а с другой — буквально доставить музейные экспонаты посетителям форума, стимулируя таким образом креативный интерес публики, показав, как сегодня может восприниматься культурное наследие нашей страны и служить материалом для современных изделий и творчества.

Таким образом, как выставка в целом, так и отдельно взятый выставочный стенд могут стать своего рода центром притяжения креативной активности.

Мотивацией для этого процесса является высокая конкурентная среда среди участников процесса. Самым эффективным способом влияния на посетителей становится концентрация смыслов, транслируемых экспонентами.

В этом контексте основной каркас, направление смыслообразования, задает дизайнер. Он создает художественный образ, в котором связывает различные аспекты экспозиции, внося в них смысл, необходимый для притяжения креативной активности посетителей. Художественно-образные смыслы в равной степени относятся и к объекту проектирования, так как он есть внутренняя суть экспозиции, и к автору проекта.

Идея проекта, авторская тема, и определяет его внутренний смысл. Каждая экспозиция обладает внутренним смыслом, не сводимым к ее материальному бытию. Смысл экспозиции не только выражается, но и постигается в образе. Понять смысл — значит увидеть экспозицию как образ социально-культурного бытия.

Смысловой аспект проектного образа связан с проблемой тематизации, которая является исходным пунктом в смыслообразовании.

Последовательное и системное раскрытие темы и составляет суть процесса смыслообразования экспозиции, что в итоге влияет на считывание информации, одной стороны, и на интерактивность — то есть вовлечение публики, с другой. Непосредственное вовлечение посетителя может увеличить время эмоционального действия экспозиции уже после того, как выставка прошла. Важно при этом подогревать интерес посетителей ожиданием следующей экспозиции, то есть создавать серии выставок, наподобие кино.

Определение художественного образа выставки как способа отражения, осмысления и художественной переработки информации с позиции определенного эстетического идеала в конкретно-чувственной форме является отправной точкой в плане инструмента формирования притяжения креативной активности реципиентов. Цель дизайнера должна состоять в том, чтобы, опираясь на образный подход, спроектировать экспозицию выставки как знак целостного художественного контекста, включающего в себя большое число представителей соответствующей индустрии, активно участвующих в выставочном процессе.

Стремление завладеть вниманием посетителей на возможно максимальный период ведет к изучению и погружению в тему восприятия и психологии индивида и в данном случае — к формированию опре-

деленных смыслов, которые складываются в значимые послания. Это становится одной из важнейших задач дизайнеров выставочных стендов как представителей креативных индустрий, работающих для продвижения участников выставочных процессов.

«Проблема смысла… — это последнее аналитическое понятие, венчающее общее учение о психике, так же как понятие личности венчает всю систему психологии», — подчеркивает А.Н. Леонтьев [7]. «Понятие смысла может претендовать на новый, более высокий методологический статус, на роль центрального понятия в новой, неклассической или постмодернистской психологии, психологии "изменяющейся личности в изменяющемся мире"» [8].

Таким образом, смыслообразование (в союзе с формообразованием) — ключевой аспект решения проектной задачи. С ними связано формирование ядра проектно-художественного замысла и тех качеств проектируемого объекта, которые позволяют судить о творческом вкладе дизайнера в предметную культуру, в среду жизнедеятельности людей. Главный проектный смысл экспозиции — это та роль, которую она выполняет в целостном социально-культурном контексте жизнедеятельности. Моделирование этого главного смысла в проектном образе экспозиции становится темой проектной разработки и сутью процесса смыслообразования. Главный смысл пропускается через воображение дизайнера, моделирующее позицию и мир человека потребителя, и созданный образ предстает как результат мысленного диалога дизайнера и с потребителем будущей выставки. При этом точно сформулированная тема (как главный смысл) выступает источником продуцирования проектных идей, а последние служат средством развития и конкретизации проектного замысла.

В плане воображения концепции будущей экспозиции дизайнер сталкивается с целым рядом художественно-образных средств. Так, например, спроектированная экспозиция должна осмысляется с позиции потребителя, способного охватить взглядом весь процесс и весь пространственный порядок. Все предметы втягиваются в единое смысловое окружение и объединяются, в основном, по смежности (типологической, тематической, пространственной близости). Тема пространственных перемещений материальной формы или функций становится ведущей темой образного мышления. Возникает возможность по-иному объединить части в целое или расчленить целое на части. Даже сами части экспозиции становятся взаимозаменяемыми, причем установление смежных

связей возможно в самых разнообразных направлениях: процесс-результат, причина-следствие, действие-орудие, изделие-материал, внешнее-внутреннее, содержащее-содержимое и т. д. Так возникает метонимическое смыслообразование. В рассмотренном выше проекте экспозиции «Газпрома» эту общую типологическую линию смыслообразования можно проследить от образа шкатулки с драгоценностями, в которой хранятся уникальные декорированные модели народного костюма, — к теме символики и семантики орнамента развивающейся в своеобразном каталоге базовых элементов этого орнаментального словаря, представленного на экране в виде бесконечного анимированного структурного поля.

Наряду с метонимическим смыслообразованием, практикуется и метафорическое смыслообразование, когда переносятся явления окружающего мира на проектируемый объект. В результате создается совершенно новый образ. Ценностная инновационная значимость метафоры заключается в том, что она позволяет на основе переноса черт социокультурных и природных явлений жизни человека на проектируемый объект достичь неожиданного, иногда парадоксального, визуального эффекта, вызывающего обостренный интерес у потребителя. Увеличение размеров шкатулки до гигантских размеров стенда уже является переносом свойств одного объекта на другой. Однако содержимое шкатулки — это не только артефакты народной культуры, но и артефакты техники, которая представлена иносказательно, в виде анимации объектов XVIII века из собрания Кунсткамеры.

Таким образом, в экспозиционном дизайне мир вещей играет роль материала для формирования мира смыслов.

«В экспозиции используется способность одних предметов символически замещать или представлять другие, в результате чего “мир вещей” преобразовывается в “мир смыслов”» [9].

В результате метонимического и метафорического подхода к проектированию экспозиции возникает художественный образ как всеобщая категория художественного творчества. В дизайне метонимия используется в унификации, агрегатировании, модульном построении, то есть в более простых геометрических формах, где она выступает в качестве метаязыка, составленного из «алфавита» отдельных элементов, из которых выстраиваются по определенным правилам синтактики своеобразные высказывания [10].

К метафоре художественный образ тяготеет в любом выразительном смысловом выражении внешнего бытия. В семиотическом пла-

не метафора выступает как символ или аллегория. В дизайне метафора находит свое выражение в более сложных пластических формах, где она приобретает индивидуальную яркую художественную выразительность, нередко достигая уровня художественного явления, и выступает в качестве семантического метаязыка, имеющего кодируемый знаковый характер, рассчитанный на прочтение реципиентом. Диалектически эти два структурных принципа органично перекликаются, но не равнозначны, так как метафора зарождается в метонимии, переходя от уровня синтактики к более высокому художественному уровню — семантике.

Смыслообразование в проектировании экспозиций обусловливает когнитивный процесс в раскрытии кода художественного замысла, связанного с постижением современной информации участниками самых разнообразных направлений деятельности — от сферы бизнеса и производства товаров народного потребления до общественно-политических, социокультурных и художественных проявлений креативных индустрий.

В этом плане встреча дизайнера с участниками выставки происходит как диалог, где дизайнер является носителем культурных значений и ценностей, которые постигаются реципиентами, при этом дизайнер учитывает, что не сама экспозиция является смыслом, а только размышление о ней.

В структуре диалога дизайнера и посетителя синтезируются два сознания: с одной стороны выступает художественное сознание дизайнера, а с другой — эстетическое сознание посетителя. Художественное сознание практически предстает как мышление, а эстетическое сознание посетителя — как оценка результата этого мышления в проектировании экспозиции.

«Процесс формирования когнитивных смыслов подразумевает способы моделирования и интерпретации знаний с учетом личного когнитивного опыта индивида, лингвистического потенциала языковой личности, системы знаний, верований, морали, как результат принадлежности к той или иной культуре, интенций и личностных предпочтений» [11].

Глубинные механизмы формирования смыслов неразрывно связаны с приоритетными ценностями нашей культуры. Культурное, национальное и религиозное единство народа определяет существование единых структур сознания.

Проникновение дизайнера в смысл экспозиции и формирование идеи замысла связано с культурным контекстом, обусловливающим

диалог проектировщика и посетителя, в котором и раскрывается смысл образа, способного к развитию. Художественная идея экспозиции потому и обладает способностью развития как внутри конкретного замысла, так и в последующих модификациях, что она рождается в самом диалоге на заданную тему, который всегда может быть продолжен. Наличие различных мотивов или культурных значений в экспозиционном проекте составляет ядро художественного замысла.

Создание выставочной экспозиции строится на формировании уникальной сценарной и визуальной концепции, которая должна повысить привлекательность участника, уровень его образной выразительности. Благодаря этому увеличивается время эмоционального воздействия экспозиции, превращая ее в своеобразный в центр притяжения творческой активности. Таким образом, стенд или выставка могут превратиться в креативный кластер.

В качестве модели такого центра или такой экспозиции можно рассмотреть стенды на профильных выставках. Но их функционал должен быть расширен. Не просто рекламный плакат бренда, а информационно-творческий центр, где собраны данные об однотипных продуктах или областях деятельности (это и есть кластер), где есть зона для участия зрителя в простейших видах активности в рамках заявленной темы.

Примечания:

1. *Жердев Е.В.* Семиотика дизайна: художественная смыслообразность. Монография. — М.: Академический проект, 2021. — 799 с.

2. *Жердев Е.В.* Некоторые теоретические проблемы дизайн-деятельности: стиль, постмодернизм и альтернативные модели дизайна как методологии проектирования. // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА. — 2020. — № 4/3. — С. 74–90.

3. *Стор И.Н.* Смыслообразование в графическом дизайне. — М.: МГТУ им. А.Н. Косыгина, 2003. — 296 с.

4. *Зинченко В.П., Мунипов В.М., Гордон В.М.* Исследование визуального мышления // Вопросы психологии. — 1973. — № 2. — С. 3.

5. *Монина Т.А.* Выставочный post-scriptum. Теория и практика эксподизайна. — М.: МГХПА и. С.Г. Строганова, 2018. — 212 с.: ил.

6. URL://https://4vida.ru/ru/projects/gazprom-2 (дата обращения: 18.08.2024).

7. *Леонтьев Д.А.* Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. – 2-е издание, исп. и доп. — М.: Смысл, 2003. — С. 3.

8. Там же. — С. 4.

9. *Воротникова Е.Ю.* Становление экспозиции современного музея как научно-художественной системы. — URL://https://museumstudy.ru/wp-content/uploads/2015/12/vorotnikova2.pdf (дата обращения: 10.09.2024).

10. *Сидоренко В.Ф.* Формы и смыслы типографики // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА. — 2017. — № 2/2. — С. 4–20.

11. *Ерещенко М.В.* Когнитивные механизмы формирования смыслов в медиадискурсе // Журналистика цифровой эпохи: антропологический поворот. Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. — Екатеринбург: Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина (Екатеринбург), 2022. — С. 51.