

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тольяттинский государственный университет»

Архитектурно-строительный институт

(наименование института полностью)

Кафедра «Дизайн и инженерная графика»

(наименование кафедры)

54.03.01 «Дизайн»

(код и наименование направления подготовки, специальности)

«Графический дизайн»

(направленность (профиль)/специализация)

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

на тему: «Разработка визуальной концепции экспозиций музея военной славы ТГУ»

Студент

А.И. Финогеева

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

М.С. Шилехина

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Нормоконтроль

Г.А. Шмидт

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Экономическая  
часть

Д.В. Антипов

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

**Допустить к защите**

Заведующий кафедрой к.б.н., доцент О. М. Полякова

(личная подпись)

« 18 » июня 2017г.

Тольятти 2017

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тольяттинский государственный университет»

Архитектурно-строительный институт

Кафедра «Дизайн и инженерная графика»

УТВЕРЖДАЮ  
Зав. кафедрой «Дизайн и ИГ»  
О.М. Полякова

« 6 » февраля 20 17 г.

**ЗАДАНИЕ**  
**на выполнение бакалаврской работы**

Студент Финогеева Алена Игоревна

1. Тема «Разработка визуальной концепции экспозиций музея военной славы ТГУ»
2. Срок сдачи студентом законченной бакалаврской работы 18 июня 2017 г.
3. Исходные данные к бакалаврской работе техническое задание
4. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих разработке вопросов, разделов) анализ актуальности темы и характеристика исходных данных; анализ аналогов; проектные решения; экономическое обоснование проекта
5. Ориентировочный перечень графического и иллюстративного материала фотореалистические изображения, схема развертки стен
6. Консультанты по разделам нормоконтроль – Шмидт Г.А., экономическая часть – Антипов Д.В.
7. Дата выдачи задания «6» февраля 2017г.

Заказчик: Начальник

управления корпоративных ре-  
кламно-имиджевых проектов

ФГБОУ ВО «Тольяттинский  
государственный университет»

Н. С. Ярыгина

Н.С. Ярыгина

Руководитель выпускной  
квалификационной работы

М.С. Шилехина

Задание принял к исполнению

А.И. Финогеева

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Голыяттинский государственный университет»

Архитектурно-строительный институт

Кафедра «Дизайн и инженерная графика»

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой «Дизайн и ИГ»

\_\_\_\_\_ О.М. Полякова

« 6 » \_\_\_\_\_ февраля 20 17 г.

**КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН**

**выполнения бакалаврской работы**

Студента Финогеевой Алены Игоревны

по теме Разработка визуальной концепции музея боевой славы ТГУ

Наименование раздела работы	Плановый срок выполнения раздела	Фактический срок выполнения раздела	Отметка о выполнении	Подпись руководителя
Анализ актуальности данных проекта	23.04.17	23.04.17	Выполнено	
Характеристика исходных данных проектов	30.04.17	30.04.17	Выполнено	
Описание и обоснование проектного предложения	23.05.17	23.05.17	Выполнено	
Экономическое обоснование проекта	31.05.2017	31.05.2017	Выполнено	

Руководитель выпускной бакалаврской работы

Задание принял к исполнению

\_\_\_\_\_ (подпись)

\_\_\_\_\_ (подпись)

М. С. Шилехина

(И.О. Фамилия)

А. И. Финогеева

(И.О. Фамилия)

## Аннотация

«Разработка визуальной концепции экспозиций музея военной славы ТГУ» для музея Тольяттинского государственного университета в рамках военной кафедры – тема выпускной бакалаврской работы.

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, чтобы привлечь целевую аудиторию в музей ТГУ и ознакомить с историей нашей страны, сформировать интерес к военно-патриотической теме. Также, немаловажной целью является привлечение внимания к городу и ВУЗу посредством организации экспозиционного пространства в музее ТГУ.

При создании современной экспозиции следует учитывать следующие тенденции, влияющие на формирования музейной среды: информативность, комфортная среда, интерактивность, мобильность экспозиции, доступность, технологичность, толерантность.

Бакалаврская работа состоит из введения, четырех разделов, заключения и списка использованных источников.

В первом разделе «Анализ исходных данных проекта» рассматривается понятие экспозиция (экспозиционное пространство), музейная коммуникация, музей, выставка, экспозиционный дизайн, проанализированы современные тренды в графическом дизайне и в сфере музейной индустрии. Изучается роль экспозиционного пространства в процессе создания концепции экспозиций современного музея. Был проведен литературный обзор по теме проекта. По полученным данным сделаны выводы, которые позволяют разобраться в ситуации, в рамках которой будет функционировать разрабатываемый объект и в выводах содержатся рекомендации по разработке новых концептуальных решений с учетом требований заданий ВКР.

Во втором разделе «Анализ известных проектных решений» анализируется все известные решения проектных ситуаций. Рассматривается ряд аналогов, выявляется по ряду признаков (прямые, косвенные, совокупные). В результате получаем выводы, которые содержат определенные заключения о возможности и невозможности заимствования технического и дизайнерского предложений.

В экономическом разделе рассчитана стоимость затрат на проект и вычислен примерный коэффициент эффективности.

В заключении сделаны основные выводы по выпускной бакалаврской работе.

Объем выпускной бакалаврской работы составляет 66 страниц.

Иллюстративный материал включает 27 графических рисунка. Список использованных источников представлен 22 наименованием.

## Содержание

Введение.....	11
Раздел 1. Анализ исходных данных проекта .....	13
1.1 Основные термины и понятия экспозиционного пространства .....	13
1.2 Понятие и основные принципы организации музейной экспозиции .....	15
1.3 Философия цвета в экспозиционном пространстве.....	18
1.4 Виды и типы экспозиций.....	21
1.5 Традиционные методы создания экспозиции.....	23
1.6 Современные методы создания экспозиционного пространства.....	24
1.7 Новые технологии в современном экспозиционном пространстве .....	26
1.8 Социокультурное значение и феномен музея .....	29
Раздел 2. Анализ известных проектных решений.....	33
2.1 Исследование иностранных аналогов .....	33
2.2 Анализ российских аналогов .....	39
Раздел 3. Описание и обоснование проектного предложения.....	42
3.1 Анализ целевой аудитории.....	42
3.2 Разработка вариантов визуальной концепции .....	47
3.3 Проработка итогового варианта визуальной концепции .....	47
Раздел 4. Экономическое обоснование проекта.....	49
4.1 Расчет затрат на проект .....	49
4.2 Целевая эффективность .....	51
4.3 Расчет эффективности .....	52
Заключение.....	53
Список использованных источников .....	54
Приложение Б .....	61
Приложение В.....	66

## Введение

«Разработка визуальной концепции экспозиций музея военной славы ТГУ» для музея Тольяттинского государственного университета в рамках военной кафедры – тема выпускной бакалаврской работы.

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, чтобы привлечь целевую аудиторию в музей ТГУ и ознакомить с историей нашей страны, сформировать интерес к очень важной для нашего времени военно-патриотической теме нашей родины, воспитать чувства гордости и патриотизма за великий Подвиг народа, с момента которого прошло уже 70 лет, таким необходимым и актуальным чувствам в последние тяжёлые годы. Сформировать интерес к военно-патриотической теме. Также, немаловажной целью является привлечение внимания к городу и ВУЗу посредством организации экспозиционного пространства в музее ТГУ.

Объектом исследования выпускной бакалаврской работы является экспозиция (экспозиционное пространство). Предметом является визуальная концепция экспозиционного пространства под средствами графического дизайна.

Целью выпускной бакалаврской работы является разработка и создание визуальной концепции и визуального наполнения к экспозиции музея военной славы ТГУ выполненные средствами графического дизайна.

Задачи:

- анализ и оценка теоретического материала;
- рассмотрение основных понятий и основных принципов организации музейной экспозиции;
- рассмотрение современных методов создания экспозиции;
- проведение экспериментального исследования, целевой аудитории среди будущих посетителей музея;
- создание современной, информативной, технологичной и мобильной экспозиции посвященную военной кафедре ТГУ и истории артиллерии нашего региона, которая будет оказывать высокую степень эмоционального воздействия на посетителя;
- поиск современных методов создания визуальных решений для экспозиции;

- формирование единого визуального стиля для экспозиции;
- использование современных технических средств для предоставления информации;
- выдерживать логику выстраивания экспозиционной системы, с взаимосвязанными разделами, понятную посетителю и удобную в осмотре.

Работа бакалавра строится из введения, трех разделов, заключения и списка использованных источников.

В первом разделе «Анализ исходных данных проекта» рассматривается понятие экспозиция (экспозиционное пространство), музейная коммуникация, музей, выставка, экспозиционный дизайн, проанализированы современные тренды в графическом дизайне и в сфере музейной индустрии. Изучается роль экспозиционного пространства в процессе создания концепции экспозиций современного музея. Был проведен литературный обзор по теме проекта. По полученным данным сделаны выводы, которые позволяют разобраться в ситуации, в рамках которой будет функционировать разрабатываемый объект и в выводах содержатся рекомендации по разработке новых концептуальных решений с учетом требований заданий ВКР.

Во втором разделе «Анализ известных проектных решений» анализируется все известные решения проектных ситуаций. Рассматривается ряд аналогов, выявляется по ряду признаков (прямые, косвенные, совокупные). В результате получаем выводы, которые содержат определенные заключения о возможности и невозможности заимствования технического и дизайнерского предложений.

В третьем разделе «Описание и обоснование проектного предложения» проведен анализ целевой аудитории путем опроса. Было проведено экспериментальное исследование. В бакалаврской работе представлены теоретические подходы к исследованию проблемы создания актуального выставочного пространства с использованием различных технологий, проведены исследования аналогов в области музейного и дизайн-проектирования, разработаны три варианта визуальных концепций и дизайн-проект экспозиции.

## **Раздел 1. Анализ исходных данных проекта**

В данном разделе более подробно рассматривается построение и состав экспозиций, музейного пространства и выставок. Также, изучим влияние культурной среды выставок на дизайн и экспозицию в сочетании с мультимедийными технологиями.

### **1.1 Основные термины и понятия экспозиционного пространства**

Экспозиция – основная форма музейной коммуникации, направленная образовательные и воспитательные цели которой осуществляются путём демонстрации музейных экспонатов, организованных, объяснённых и размещённых в соответствии с созданной музеем научной методикой и новейшими принципами архитектурно-художественных решений [17].

Музейная экспозиция – сбор коллекционных предметов, визуализация различных объектов, научные материалы, специальные созданные макеты для создания специальной атмосферы в рамках экспозиции.

Проектирование экспозиции – разноплановая практическая деятельность, которая носит научно-художественный характер по формированию предметной, объемной и гибкой среды экспозиции музея, включающее многогранность своего состава. Предпринимается коллективом сотрудников музея, а также дизайнеров, технологов, инженеров, социологов, психологов и прочие.

Этапы создания экспозиции:

- разработка и утверждение документов;
- научная составляющая экспозиции;
- художественная часть экспозиции;
- эскизного проекта;
- монтажные листы;
- светотехнический проект,
- сборочного чертежа;
- сценарий экспозиции.

Проектирование экспозиции – важный этап формирования музея, в который входит: составление документации, авторское участие, реализация замыслов [13].

Экспозиционная работа – направление деятельности музея, смысл которого в проектировании экспозиции, создании и уничтожении экспонатов, обслуживании оборудования, ведение документов [22].

Художественная концепция экспозиции – это текстовый документ художественного замысла, в который входит: идеи экспозиции, стиль, пространственно-композиционные принципы построения. Художественная концепция экспозиции определяет задания и мероприятия обеспечивающие наилучшее применение методов и ресурсов экспозиционного дизайна и искусства среды. Коммуникации музея, это характеристики художественно-конструктивных решений экспозиционного оборудования и применения технических ресурсов в экспозиции, а также предложения по организации комфортной среды для аудитории музея. На основе художественной концепции экспозиции проектируются идейные проекты, где выступают чертежи, макеты, аппликации.

Экспозиционный комплекс – это термин музейной экспозиции, который объединяет в себя экспонаты некоторой тематики, стилистикой и внешним видом. Включает в себя подлинники, научные материалы, предметы искусства, тексты. Создание экспозиционного комплекса подразумевает определенный порядок материала, определение текста и контекста экспозиции, смысловых центров, ведущих объектов показа с использованием приемов акцентировки и соподчинения предметов для выявления содержания темы, организацию экспозиционных планов. Помимо этого, применяются средства экспозиционного дизайна: положение в пространстве, выделение цветом и светом, взаимодействие фактур, размеров; применение соответствующих видов музейного оборудования [22].

Живая экспозиция, экспозиция музейная, основу которой составляют объекты нематериального культурного наследия. Живая экспозиция наиболее характерны для этнографических музеев, т.к. позволяют демонстрировать производственные процессы, ремесла, фольклор, обряды и т.п. Обязательным компонентом Живая экспозиция являются люди – носители традиции или имитаторы.

Музей – культурное заведение, как правило, не преследующее денежной выгоды. Создается для сбора, хранения, исследования и публичного доступа экспонатов, коллекций, достижений человечества. Все это входит в фонд РФ и определяется настоящим законом РФ. [24].

Музейный предмет – экспонат, представляющий культурную значимость и ценность для общества, что подразумевает его хранение, исследование и публичный показ [24].

Музейная коллекция – группа предметов, представляющих культурную значимость, но получают свою значимость лишь находясь в группе в силу характера происхождения. [24].

Публикация – одна из самых важных составляющих музея. Публикация достигается различными методами: публичный показ, печатные издания, электронные версии, интернет. [21].

Ознакомившись с понятиями музейной среды и экспозиционного пространства, становится очевидным, что не просто сделать правильную экспозицию, собрать коллекцию или написать публикацию соблюдая исторический, философский, культурный или любой иной фактор или систему факторов. На изучение некоторых направлений ограниченных определённым историческим отрезком могут уйти годы. Человек не имеющий квалификации и определённых знаний не в силах правильно донести до публики глубокий смысл произведений той или иной эпохи, и как следствие не в состоянии объяснить важность той или иной эпохи как таковой. Что является не допустимым для философского, творческого и исторического фактора.

## 1.2 Понятие и основные принципы организации музейной экспозиции

Музееведение – дисциплина, разрабатывающая свое направление на протяжении всего двадцатого столетия. Именно поэтому так часто менялось определение музейной экспозиции. В 1988 году, это было главной формой музейной коммуникации, культурные цели которой достигались способом демонстрации экспонатов. [22]. Появившейся в 2003 году литературе музейная экспозиция – обоснованная и направленная демонстрация экспонатов, объединенных и структурированных согласно культурным ценностям. [22]. Т.П. Поляков указывает, что музейная экспози-

ция формируется и совершенствуется в ходе культурной человеческой деятельности во всем мире. Эта универсальная картина - называется музейной экспозицией [22]. Основная единица музейной экспозиции, которая включает и объединяет множество предметов культурной значимости – экспонат. Следственно, экспонат является активным предметом экспозиции. Каждый музейный предмет в экспозиции должен быть доведен до уровня символа. Экспозиционный материал – это группа всех экспонатов, которая подходит по научной или художественной концепции данной выставки. Взаимосвязь экспонатов в экспозиции образует тематику. В соответствии с ней экспозиционные материалы делятся на структурные единицы – экспозиционные комплексы, являющиеся наполнителями тематической структуры.

Экспозиционные комплексы – это группа экспонатов связанных по смыслу или другим критериям. Благодаря экспозиционным комплексам мы имеем образную картину исторических и культурных событий. Группировка, композиция и художественное оформление экспозиционного комплекса может усилить или наоборот ослабить впечатление, раскрыв познавательный и эмоциональный потенциал экспозиции. Важно отметить, что экспозиция может быть из нескольких экспозиционных комплексов, которые создают неповторимый облик. Экспонаты в музейной экспозиции являются средствами для подчеркивания содержания и этим самым образуют систему знаков. Поэтому музейную экспозицию, как своеобразный «текст», необходимо не только созерцать, но и осмысливать.

Экспонаты – знаки являются обладатели идей, впечатлений, мнений и точек зрения людей, создавших их или когда-то с ними взаимодействующих. Экспозиция в рамках музея – это результат творческого труда одного человека или группы людей, авторов концепции, и является формой публикации. Экспозиция – основа коммуникации музея, в которой ведущую роль играет визуальная составляющая. В современных экспозициях трудятся ученые, художники, дизайнеры. Все они вносят образное начало в музей. В музейной ремесле у искусства и науки одна задача – заинтересовать человека, добиться от него понимания и сочувствия от картины нашего мира в интерпретации музея. Этот гибрид науки и искусства и есть музейный образ, музейное произведение [21].

## Принципы построения музейной экспозиции

### Научность

Основой создания экспозиционного пространства в контексте музея – научная концепция. С ее помощью формируется цель экспозиции, научная обоснованность выставки, описание экспозиции с точки зрения фактов и научной обоснованности, описание экспонатов, финансовая поддержка, меценатство.

### Предметность

Музейный предмет (экспонат) – это основа уникальности каждой экспозиции (экспозиционного пространства). Данный показ экспозиции позволяет людям непосредственно ознакомиться с музейными экспонатами.

«Границы музейного показа» – это прямая связь экспозиции с всевозможными предметами. Несомненно, ничто не сможет заменить книги, в которых даны исторические сводки, анализ событий, природные явления и культурные инновации – экспозиция попросту на это не способна. Сильной стороной экспозиции является принцип предметности, это дает то, что не способно дать письменное изложение. Предметная экспозиция не имеет равных в обозначении материальной части исторических событий, природных явлений или особенностей культурной уникальности разных народов. Экспонаты представляют собой зрительную направленность исторических, природных и культурных событий.

### Доходчивость и универсальность

Это два обязательных метода при построении экспозиции, как коммуникации. Многоплановость подачи экспозиционных материалов – представляет значительную помощь в достижении целей.

На первом плане – ведущие экспонаты, другие же отводятся на второй и третий план, являются дополнением и выставляются за ведущим на щитах, подставках, витринах. Так же, имеет смысл сочетание общедоступных залов для «среднего» посетителя, и особых залов, в которых возможна углубленная самостоятельная работа. Для большей доступности экспозиции разрабатывается система текстов, фоновых записей, а также наглядных научно-вспомогательных материалов. Большое значение имеет создание своеобразной эстетической среды во всей экспозиции.

При изучении темы большое значение имеет наглядность, т.е. просмотр иллюстраций и видеоматериалов экспозиций музеев разного профиля, построенных различными методами. Произвести анализ примененных методов экспонирования.

В качестве вывода, можем сказать, что все детали музейной экспозиции тесно связаны между собой смысловой и тематической цепочкой, соединяя между собой традиционные методы построения и мультимедиа системы, и опираясь на определённые принятые сообществом принципы, а также на доходчивости и универсальности для доступной подачи информации.

### 1.3 Философия цвета в экспозиционном пространстве

Цвет – важнейший элемент в музейной экспозиции. Именно цвет побуждает людей испытывать те или иные чувства. От этого зависит настроение восприятия какого-либо предмета или экспозиции в музее. Восприятие цвета зачастую связано с предпочтениями самих людей или традициями их культуры. Смена оттенка или его интенсивности, может вызвать различные ощущения восприятия цвета. Доказано, что цвета вызывают различные ассоциации на подсознательном уровне человека [7].

Приоритетным в восприятии цветов является в первую очередь чувственная сфера человеческой психики, уже потом логическая:

- реакция на эмоциональную составляющую;
- выделяют качество, чувство, настроение; создают температурную среду; выделяют времена года и прочее;
- имеют отражения физиологического характера, как позитивные или негативные оптические раздражители;
- вызывают ощущения: удовлетворение, приятный внешний вид и т.п.;
- «пробуждают» чувства: придают объемность среде и предметам.

Как уже давно известно 80 % цвета и света «поглощаются» нервной системой и только 20 % – зрением.

Между цветовым решением информационного потока и естественным восприятием человека существует определенная зависимость. Установлено, что каждый цвет вызывает различные ассоциации на подсознательном уровне.

Цвет может привлекать и отталкивать, вселять чувство спокойствия и комфорта или возбуждать и тревожить.

Ученые исследовали влияние цвета на подсознательное восприятие человека, выявили ассоциации, вызываемые им.

#### Значение цвета

##### Красный

Красный – цвет вызывает чувство силы и превосходства, вызывает агрессию, дает энергию. Обозначает огонь, кровь, страсть, любовь, опасность, гнев, и жару. Этот цвет активно усиливает внимание человека.

Красный – хороший цвет для активных зон музейного пространства, в местах наибольшего эмоционального взрыва. Также по результатам исследования люди отметили, что он подходит для военного музея.

Чрезмерное использование красного цвета может привести к негативным впечатлениям аудитории (страх, кровь, взрыв).

##### Оранжевый

Оранжевый – яркий и живой цвет. Цвет детства, он способствует ясности ума, символизирует тепло и счастье. Удовлетворенность, плодотворность, позитив [5].

Применение этого цвета обосновано при формировании музейной экспозиции, для привлечения внимания как широкой взрослой, так и детской аудитории. Использование этого цвета производит впечатление доступности, демократичности информации.

##### Желтый

Желтый цвет – хорош для создания солнечных, ярких, оптимистичных потоков информации. Идеальный вариант для использования уровня коммуникации для людей со слабым зрением. Этот цвет самый видимый для человеческого глаза. Именно он быстрее других цветов привлекает внимание человека. Следует отме-

тить, что желтый цвет предупреждает. Определенные тона в сочетании с черным цветом могут способствовать возникновению депрессии.

#### Синий

Синий цвет – символ спокойствия, мира, лояльности и доверия. Цвет отдыха, моря. Этот цвет подходит как для мужской и женской аудитории. Его часто и эффективно используется в визуальных коммуникациях, хорошо подходит для создания экспозиций где применяется интерактивное оборудование.

#### Фиолетовый

Различные вариации оттенков фиолетового создают впечатление таинственности, или чувственности, и творчества. Стоит отметить, что фиолетовый цвет различают не все. Этот цвет часто используется в рекламе книжных лавок, художественных галерей, выставочных экспозиций достаточно эффективно.

#### Зеленый

Символ жизни и природы, олицетворение молодости. Этот цвет имеет успокаивающий эффект,

Зеленый цвет ассоциируется с армией, войной, что для военного музея важно.

Светло-зеленый успокаивает. Именно поэтому его используют для покраски большинства стен: тюрьмы, школы, комнаты ожидания, и больницы [9].

#### Коричневый

Коричневый – цвет ассоциируется с надежностью, твердостью, консерватизмом.

#### Черный

Черный – цвет неоднозначный. Хорошо подходит под тематику военного музея. Часто применяется в современных экспозициях в различных вариациях.

#### Белый

Белый – цвет символизирует чистоту, невиновность. Этот цвет часто применяется в пространстве, чтобы создать ощущения воздуха, легкости. Иногда, белый цвет задает ритм всей экспозиции [9].

Наиболее эффективные цвета при выстраивании музейного экспозиционного пространства по степени воздействия на человека и привлечении внимания, являются (в %):

- фиолетовый – 100;
- темно-синий – 90;
- бирюзовый – 85;
- лимонный – 60;
- черный – 47;
- насыщенно фиолетовый – 42;
- желтый – 22;
- голубой – 17,5;
- синий – 14,5;
- коричневый – 9,5;
- ярко-красный – 7,5;
- коралловый – 3,5 [10].

На основе изученных примеров напрашивается вывод, что при выборе цветового решения для экспозиционного пространства музея необходимо помнить об особенностях влияния цвета на человека. Цветом можно акцентировать внимание на пространство усилить восприятие экспозиции или подчеркнуть значимость экспоната, или темы выставки. Создавая цветовое оформление экспозиции, надо связать его с постоянным пространством в помещении, куда будет помещена выставка, экспозиция. Оформление экспозиционного пространства в музее должно быть единым целым. Нужно помнить, что слишком большое количество применяемых цветов в оформлении экспозиционного пространства в музее мешает восприятию экспозиции, так как отвлекает внимание от главного - от самой идеи экспозиционного пространства.

#### 1.4 Виды и типы экспозиций

Порядок проведения сортировки и организации экспозиционного материала выстраивает метод создания музейной экспозиции. В последнее время, при создании экспозиций, музеи всё чаще прибегают к новому использованию музейного про-

странства – идеологии открытости. Взамен старых принципов, приходит новая идея работы не только со специалистами, но и с широкой публикой. Использование их знаний и опыта разрешает использовать современные технологии, быть в тренде и быть актуальным источником знаний и информации.

В этом случае крайне необходимо определить новые принципы, придерживаясь которых, сотрудники музея будут принимать сложнейшие решения в задачах координации грамотности представителей музея, его искренности при разработке экспозиционного пространства. Экспозиции могут быть постоянными или временными. Так, постоянные экспозиции ставятся на длительные периоды в 5-10 лет и более. Временные же носят название выставки и являются составной частью экспозиционной работы. Они усиливают доступность и общественную важность музейных фондов, введение в экспозицию экспоната из частных коллекций, помогают отработке методов экспозиционной и культурно-образовательной работе музея, расширяя географию деятельности, вплоть до международного уровня.

Сочетаемость выставочных программ и постоянных экспозиций музея является очень важной частью стратегии музея.

Рассмотрим некоторые виды выставочных экспозиций:

- по особенностям – собственные, поставляемые и общие;
- по виду действия – постоянные и мобильные, интерактивные;
- по численности экспонатов – различные тематические выставки;
- фондовые выставки, которые показывают посетителям малоизвестные и малодоступные собрания или коллекции;
- итоговые выставки, создаются по факту проделанных реставрационных работ;
- по степени важности – местная, региональная, национальная, международная.

Надежность, время использования, периодичность, площадь занимаемого пространства. Направление экспозиционного решения выставочного пространства вариабельна каждый музей имеет свои особенности, цели и задачи. Главное, не забыть учитывать, что примерная продолжительность выставки равняется двум месяцам.

## 1.5 Традиционные методы создания экспозиции

Одним из первых по времени появления методом создания экспозиций и экспозиционного пространства позволяют отнести систематическую методiku. В результате его использования возникают систематические экспозиции, т.е. экспозиции, созданные на основе норм классификаций, утвержденной в особенной профильной методике, отрасли культурной или социологического производства. Мы рассмотрели один метод и теперь перейдем к другому – ландшафтному. Ландшафтный метод, в основе которого лежит ландшафтная экспозиция, применяется в музеях естественных наук. Задача такого метода сотворить связь, явления плюс процесс. Например, первый раз этот метод применялся на Всемирной выставке естествонаучных коллекций в Лондоне, 1851 год.

В Европе тоже стали использовать указанный метод, но уже ближе к концу 19 века. В России же предпочтение отдавалось больше систематическим экспозициям.

Особенность ландшафтной экспозиции – применение диорам или панорам, изюминка которой – музейные.

Еще один метод – ансамблевый. Ансамблевый метод сохраняет и переделывает на основе документов реальные события жизни определенного человека, среду обычную для некоторых социальных слоев определенной эпохи истории. Данная методика экспозиции используется в Российском музееведении (первостепенно, для создания этнографических, исторически бытовых, мемориальных экспозиций). Используется со второй половины XIX в. Основная структурная модель ансамблевой экспозиции – «жизненный» экспозиционный комплекс: интерьер, где экспонатная утварь пребывает в бытовой среде.

Последний метод – тематический. Он сформирован на основе ансамблевого, преимущественно ради музеев, посвященных истории революции. Далее, произошла экспансия и в других группах и подгруппах. Своей задачей тематический метод ставит раскрытие определённого сюжета, раскрытие образа в сознании посетителя с помощью отображаемых процессов или явлений.

Такая экспозиция строится на взаимосвязях разделов и тем, содержание которых связано общей идеей. В основе данной экспозиции должен лежать объект, с

наивысочайшей экспрессивностью – «ударный экспонат», «маяк», как его принято называть в практике советского музееведения.

Другие предметы выстраиваются вокруг него с целью составление общей картины. Но и каждый из разделов экспозиции имеет личные «маяки» и «точки тяготения».

Традиционные методы экспозиции в настоящий момент используются не так часто. Чаще всего этот метод берут за основу традиционной экспозиции. Когда нужно следовать четкой концепции, например в городских музеях, музеях 20 века, исторических, краеведческих. Одним из плюсов этого метода, является то, что его можно применять вместе с современными методами создания композиции.

В современном обществе с высоким техническим прогрессом, который касается всех аспектов жизни человека, в том числе познавательного и социального, нужно учитывать все выше приведенные методы. Каждый по-своему уникальный и может быть рассчитан на различную аудиторию: дети, подростки, взрослые, любители истории, которым просто нравится ощущение атмосферы приведенной эпохи, или профессионалы, ищущие материал для своей исследовательской работы.

#### 1.6 Современные методы создания экспозиционного пространства

Современный музей потрясает своим многообразием и постоянно обновляется, что предугадывает различные способы взаимодействия с людьми посещающими экспозиции, а также и методов создания экспозиционного пространства. Представленные четыре метода характеризуют «стандартные» вариации создания экспозиционного пространства для музеев. Такие методы воссоздают постоянную экспозицию, по типу остановленного кадра. Мобильная демонстрация, сделанная таким образом, все равно будет являться стационарной, показывая данный образ многократно, в любом месте ее расположения.

С другой стороны современные экспозиции должны разрабатывать альтернативные методы представления музейных предметов, способные вдохнуть что-то новое в экспозицию, внести в нее динамику, вызвать различные аллегории увлечь посетителя в экспозиционное пространство. В современных музеях часто используется методы эстетического показа произведений, актуально на выставках малоизвестных или молодых художников.

К новым методам создания экспозиционного пространства и экспозиций можно отнести и инсталляцию. Инсталляция – это композиция в пространстве, созданная художниками из различных элементов: муляжей, макетов, фотографий, картин. Она несет некий скрытый от глаза смысл, который может меняться в зависимости от того, где располагается предмет: в обычной обстановке или на выставке. Этот метод оформления экспозиции, как инсталляция, часто используется в музеях, которые не хотят следовать образу учебного заведения и в большей степени направленный на развлечение. Инсталляция обращает внимание на ассоциации возникающие у человека. Сейчас в инсталляциях используют экспозиции виртуальной реальности – показ на компьютере изображений музейных экспонатов.

Проект продолжительностью в год «Календарь истории» впервые был продемонстрирован широкой публике в 2000 году в Государственном историческом музее в Парадных Сенях. Изменения в экспозиции происходили ежедневно включая в себя 365 вариантов размещения экспонатов, в выставочном зале присутствовали мультимедийные экраны с демонстрацией музейных экспонатов в сопровождении текстовой информации. Данный вид выставки позволил ознакомить широкую публику с инновационными методами ведения экспозиционной деятельности, включающими в себя мультимедийные и интерактивные технологии.

Методы создания экспозиционного пространства – динамично развивающаяся область современного музееведения.

В последнее десятилетие в структуре создания экспозиционного пространства появилась возможность сопровождения тематико-экспозиционного плана литературным описанием следующей экспозиции и ее рассмотрения зрителем. Для указания этого документа взят термин из киноиндустрии это – сценарий. Центром сценария служит поиск нужно учитывать психологию посетителя экспозиции, попытаться дать прогноз.

В сценарии сочетаются документы научного и дизайн-проектирования, изложенные в более доступной для усваивания форме. В дизайн-проектирования этот метод носит название метода сценарного проектирования. Акцентируют внимание

за счет усиления эмоций посетителей и взаимодействию человека с предметной средой.

Этот метод проектирования музейной экспозиции применяется везде, где предусмотрено использование интерактивного оборудования. Одним из плюсов, является динамичность, мобильность, возможность разного развития сценария. Минус, такого метода, является недостаточная площадь помещения для будущей экспозиции, недостаточное финансирование, плохой сценарий или концепции.

Данный метод позволяет «идти в ногу со временем» [27]. Использование мультимедийных технологий в музейной инсталляции позволяет привлечь более широкую аудиторию для ознакомления с историческим наследием и культурным просвещением. Старые методы уходят на второй план с приходом молодого поколения, которое более знакомо с мультимедийными технологиями и более в них заинтересовано. В свою же очередь, нужно отметить и то, что современные мультимедийные технологии позволяют постоянно обновлять существующие инсталляции без существенных затрат для музея, а так же подстраивать их под интересы аудитории.

#### 1.7 Новые технологии в современном экспозиционном пространстве

В настоящее время наблюдается большой интерес к привлечению новейших технологий в экспозиционное пространство. В музейную среду начинает проникать аудиовизуальные, цифровые технологии, это объясняется активным созданием и развитием различных средств передачи информации и ее хранения.

Внедрение компьютерных технологий в сферу экспозиционного пространства в России началось в 1990-е гг. Это одно из первоначальных направлений подъема государства. Согласно изречению президента Российской Федерации Федеральному собранию РФ в 2009 году отмечено: ...необходимо настойчивее развивать перспективные информационные технологии. Определенно они должны послужить основополагающим звеном модификации культурной сфере. С помощью данных перспективных разработок появится доступ к ценностям культуры для миллионов наших граждан и, что особенно важно для молодого поколения. (Медведев Д. А. Послание президента РФ Федеральному собранию РФ в 2009 году) [5].

Развитие новых технологий определило возникновения нового направления в творческой и проектной деятельности человека. Компьютерное, цифровое, интерактивное искусство созданное на использовании цифровых технологий как один из инструментов графического дизайна, с помощью которого создается художественное произведение в цифровой форме в нашем случае экспозиционное пространство (экспозиция).

Многие современные музеи предоставляют посетителям лишь некоторые интерактивные коммуникации с помощью современных технологий именно в музее и немного используется для построения связи с слушателями новые медиа. Данный метод коммуникации имеет неупорядоченный и отдельный характер, цифровые технологии в качестве полноценной связи почти не рассматриваются. Кроме этого, применение инноваций вредит музею, создавая из него что-то вроде компьютерного парка, внимание в котором более уделяется не экспонатам музея, а технике. Но все же, не менее, правильное создание коммуникации при помощи средств цифрового маркетинга скорее всего сможет привлечь в музеи новые группы людей и увеличить популярность музея среди всех заинтересованных аудиторий.

Итак, какие же тренды/ новые технологии используют в современном экспозиционном пространстве?

#### Компьютерные (цифровые) технологии

Компьютерная техника в наше время сильно шагнула вперед и стала повсеместным достоянием культуры, а том числе она повлияла и на музеи, расколов их на два лагеря. Первые пользуются дарами современной техники, образуя музеи с виртуальной реальностью и встраивая цифровые технологии в выставки, что позволяет сделать ее более интерактивной для зрителя.

#### Интерактивные технологии

Применение методик интерактивности в музее заключается в ориентации на удовлетворение нужд аудитории, способности захватить его в тесные связи с экспозиционным пространством, результатом чего будет увеличения уровня взаимодействия между посетителем и экспозиции. Основой политики культуры участия музея

необходима стать выгода от деятельности музея и предпочтений посетителя, которая отображается в возможности человека принимать участие в развитии музея.

В наше время имеются абсолютно интерактивные музеи, они входят в свою группу музеев. Обычно таковыми являются научно-исследовательские центры, в них нет подлинников и экспонатов, они не функционируют как хранилища.

Экспозиция данного учреждения основывается на копиях, интерактивных панелей, располагающие всей информацией о предмете музея. И все же, на данный момент данный тип музея более привлекателен для посетителя, так как позволяет напрямую взаимодействовать с объектами [17].

С интерактивностью в музейном деле тесно связано развивающееся направление функционального показа музейного экспоната. Основная цель для музея – продемонстрировать экспонат в подлинных условиях, соответствующих реальному контексту. Необходимо устроить экспозиционное пространство таким образом, чтобы людям, посещающим экспозицию, было проще наладить контакт с людьми, которые уже использовали данный предмет через демонстрацию, либо, если речь идет о художественном музее, наиболее подробно ознакомить посетителя с идеей автора. По сути, чем более полно демонстрируется назначение экспоната, варианты его использования, эпоху существования, чем детальнее контекст, в котором автор творил свое художественное произведение, тем легче становится для посетителя процесс коммуникации с историей и культурой.

В современном экспозиционном пространстве для музеев и музейных комплексов используются:

- анимированные карты;
- стерео-фото без использования очков;
- арт-инсталляции;
- электронные подсказки;
- стерео-звуковые системы;
- интерактивные столы;
- виртуальный конструктор;
- 3Д-графика;

- двойные экспозиции;
- объемный звук.

В эру высоких технологий и стремительного прогресса не стоит забывать об их внедрении во все сферы жизни человека. Многие технологии уже используются как средства коммуникации каждого гражданина или как способ развлечения, познания, культурного обогащения. Даже сейчас мы все имеем устройство, которое дает нам доступ ко всем знаниям мира. Так почему бы не воспользоваться этим технологическим чудом и в нашей экспозиции?

Цифровые технологии уже стали для нас чем-то обыденным. Они присутствуют в каждом доме, на улицах и офисах. Их так же можно использовать в музее с целью привлечения широкой аудитории, внедрения новых идей и интересного оформления.

Интерактивные технологии – новшество даже в наши дни. Эта отрасль только развивается в мире, хотя уже и имеет довольно-таки большую аудиторию заинтересованных лиц. Представьте: вы можете сами очутиться в любой эпохи истории человечества, ознакомиться с бытом людей, быть свидетелем удивительнейших событий в истории. И это уже в скором времени может быть доступно.

Конечно, используя такие технологии нужно соблюдать такую тонкую грань между музеем и технологической выставкой с исторической тематикой. Но это легко решаемая проблема.

### 1.8 Социокультурное значение и феномен музея

Общепризнано, что музей относится к институтам социализации за основу которой взята функция привития массовому сознанию взгляды на социальные нормы и правила в контексте формирования коллективной исторической памяти. Общественное сознание формируется «стихийно» на почве из коллективных переживаний исторических событий и фактов, но в тоже время создает особые пути исторического восприятия под влиянием структурных элементов «производства и ретрансляции истории» [31].

Музей обладает всеми качествами указанной функции, а всё потому, что в отличие от средств массовой информации и общественной культурой представляется хранилищем исторических традиций.

Будучи рождённым в эпоху Просвещения, музей оказался очень крепким и монолитным методом создания патриотического и светского сознания. Перефразировав цитату, которую высказал О. Бисмарк, про роль учителя в школе, можно смело утверждать, что работник музея сделал не меньший вклад для усиления патриотизма, чем герои войн и сражений [3].

В 21 веке различные тенденции имеют своё влияние на формирование исторического самосознания россиян: с одной стороны, модели общества потребления уничтожают исторический интерес. С другой стороны нельзя забывать о таком явлении, как глобализация, порождающая новый интерес – желание к осмыслению культурно-национальной самобытности. Изменения общественного сознания отразились на оценке работы всех музеев. Особенно в доле создания конструктивно-мобилизующих образов из истории и мыслей. Ориентиры русского социума на историю России и традиции являются способом сохранения морального облика, а также и патриотизма. Музей используется и воспринимается как инструмент, который разрушает мораль «западных ценностей» – с другой [3]. Такое виденье музея складывается под влиянием отторжения различных образцов трансляции западной культуры, в которых выделяется телевидение (за счёт степени своего влияния)

Музей оценивается как возможность коммуникации различных поколений, как возможность укрепления солидарности между поколениями, телевидение же делает ставку на «параллельные миры», где происходит дифференциация исторических вкусов и оценок, под видом новых норм и стандартов толерантности. Всё это способствует деисторизации общественного сознания. Всё это способствует деисторизации общественного сознания на разделение мнений и оценки тех или иных исторических фактов, под видом всеобщих мировых стандартов ведет исторической амнезии общественного мышления. Нельзя забывать о тенденции «осовременивания музейных комплексов», в частности: активная коммерция с целью вербования спонсоров из различных фирм, структура экспозиционного пространства по положению

постмодерна сильно склонили на уменьшение историко-просветительской функции деятельности музея.

Иначе говоря, произошло исчезновение большинства общеисторических ориентиров и как следствие, перемещение музейных практик в «личное пространство»

Между тем интерес общественного сознания в России к отечественной истории обусловлен желанием объединиться под новую национальную идеологию, где идёт формирование гражданской и политической идентичности, на нейтрализацию радикализма в сферах этносов, религий, политики, на основе сохранения существующего культурного единства народов населяющих Россию.

Стоит отметить, что в бывших социалистических государствах, где доминирующими тенденциями стали антироссийский национализм, десоветизация, декоммунизация общественного сознания, использование исторической памяти для обоснования политики конфронтации с Россией.

Формирование же исторического сознания россиян имеет опору на личности, интеллектуальную элиту и её творения. Вне музея массовое сознание синтезируется под воздействием огромного количества мифов и предрассудков.

Дабы не придти к историческому тупику, в российском обществе появляется потребность в знаниях из прошлого, дабы создать устойчивость к предстоящему, наметить путь исторических представлений в соответствии с современной культурой общества, разобрать путь исторических представлений в соответствии с современной культурой общества. Вероятнее всего, что отечественные музеи могут поднять высокую планку. Судьба музея в обстоятельствах современности стала точкой начала в понимании исторического сознания, так сказать «мерилом». Судьба музея в обстоятельствах современности стала точкой начала в понимании исторического сознания, так сказать «мерилом» новизны: острое суждение социально-экономического положения, впрочем уменьшило важность понимания проблем духовности и культурного наследия, но повысила интерес людей к музейной деятельности в России. Для многих жителей России музей все еще остается центром возвращения культурного наследия, воспитание подрастающего поколения. Идёт осознание музея, как национального достояния, что связывается с ответственностью

общества за сохранность положения музея в порядочной структуре социальных институтов. Таким образом, очевидно требование возвращения музея в социокультурное пространство нашего российского общества.

### Выводы

Экспозиционное пространство в контексте музея имеет все большую общественно-культурную значимость, возрастает роль музеев в сохранении культурного наследия, в сложных процессах социальной адаптации и культурной идентификации, в образовательном процессе, в организации досуга. Современные музеи становятся центрами образования, коммуникации, культурной информации и творческих инноваций. В музеи военной славы ТГУ предполагается не только организация экспозиционного пространства, но и некий анализ будущих тенденций (настоящие, будущие, невероятное) дабы задействовать в концепции. При формировании визуальной концепции для современного музея и выставочных проектов не достаточно учитывать одну лишь хронологическую и высококультурную роль музейных объектов. Важно понимать социокультурное значение, знать имена в музейной проектируемой среде, а еще основы работы музея как культурного явления.

## Раздел 2. Анализ известных проектных решений

### 2.1 Исследование иностранных аналогов

В XXI веке нововведения прекратили быть вопросом одних лишь научных исследований и стали обыденными и привычными. Новейшие технологии внедряются помимо деловой сферы в культурное пространство. Опираясь на новые технологии, в начале XXI века музеи Европы, США и Великобритании начинают активное внедрение компьютерных, мультимедийных и интерактивных систем в создании своих экспозиций. По сути они не имеют экспозиции в привычном понимании, а представляют скорее экспериментально-образовательные мультимедийные мероприятия для одиночной и коллективной образовательной деятельности, со значительной игровой частью. Значительное влияние в организации подобных музеев является дизайн, архитектура помещений музея, компьютерных программ, которые в них используются.



Рисунок 1 – объемная экспозиция

Так же, не отстают от прогресса классические музеи и музеи современного искусства. Кто не может посещать музеи вживую, кто восхищается искусством, но слишком занят рутинной, чтобы достаточно исследовать мир, так же имеются интерактивные виртуальные прогулки по культурным центрам других стран.

Модный тренд – сочетать культуру с аттракционом – продолжительное время пробуждал критические отзывы сотрудников музеев всего мира. Однако мультимедийные технологии, еще пару лет назад проходившие обкатку в роли опытного образца лишь на непостоянных экспозициях. В нынешнее время все чаще начинают использовать в непреходящих выставках.

#### Соединенные штаты Америки

В Нью-Йорке имеется музей дизайна Купер-Хьюит предлагающий визитерам гаджет в форме черной шариковой ручки, с помощью которого, каждый желающий может побывать в роли настоящего дизайнера. Внутри зала это устройство нужно приближать к витрине, где находится образец обоев образцу и на стенке тут же появится проекция интерьера, а визитер, таким способом, очутится в воображаемом убранстве выбранной им эпохи.

А ежели попытаться изобразить цветок на диалоговом планшете, появится вероятность прослушать рассказ о применении цветочных мотивов в проектировании атриума.

Наиболее досадное в музеях – это табу касаться экспонатов. Вашингтонская национальная портретная галерея разрешила сей вопрос при помощи 3D-технологии. Сотрудники музеев оцифровали несколько культобъектов: модель скелета мамонта, погребальную маску А. Линкольна, летательный аппарат братьев Райт. Сейчас любой желающий имеет возможность коснуться бороды исторически эпического президента США, потрогать мамонта или провести рукой по корпусу первого в мире самолета.

Музее искусств Кливленда имеется «Стена коллекций», которая была удостоена в предыдущем году номинации в звании «Лучшая цифровая выставка». Огромный, размером в стену, чувствительный дисплей дает возможность в то же время приобщиться к собранием музея нескольким людям. Более трех с половиной тысячи выставочных объектов можно подробно проанализировать благодаря большому увеличению, в добавок к этому, программа позволяет выработать собственное воображаемое собрание и добавить ее в личный маршрут по выставке.



Рисунок 2 – «Стена коллекций»

### Южная Африканская Республика

В городском Стелленбоском музее визитеры буквально за считанные секунды смогут побывать в машине времени. Если крутить особую ручку в одну сторону, то можешь оказаться в будущем, если в другую – в прошлом. На четырехметровом мониторе появится панорама выбранной визитером эпохи с рассказом на языках: африканских, кхоса или на языке англичан.



Рисунок 3 – музей Стелленбос

### Соединенные Королевства (Англия)

В Уэльском национальном музее сланца внедрили использование нового сервиса на основе техники iBeacon, который дает возможность своим жителям загружать сведения о культурных достопримечательностях Уэльса. При условии, что испытания

пройдут по плану, то схема Уэльса покроется множеством новых «маячков» с уникальными сведениями старцев. Лондонский Британский музей оборудовал ежегодную программу «Ночь в музее» в увеселительную воображаемую игру. В 2014 году каждый желающий мог скачать на GooglePlay или AppleStore особая программа «Тайна могилы» и попытаться преодолеть обозначенный путь, дав ответы на ряд вопросов. Победителю выпадет единственный шанс переночевать бок о бок с мертвецами в Египетском зале музея [18].

#### Европейский Союз

Стокгольмский Музей Средиземноморья применил технологии 3D изображения для моделирования египетских мумий, подвергнутые томографическому сканированию и отображенные на особом диалоговом планшете. Конкретизированная цифирная форма дает возможность визитерам слой за слоем осваивать начинку гробницы и анатомию мумии. Варшавский исторический музей евреев-поляков использует компьютерные технологии для получения действия полного погружения в обычаи и быт народа евреев. Аудио- и видеоряд дает возможность визитерам побывать в корчме, местах религиозного поклонения, образовательных учреждениях, лицезреть из окна воображаемого трамвая виды города и улицы прошлого века, возможность услышать речь на совершенно другом языке и фольклорную музыку евреев части восточной Европы.

#### Дания

Хельсингерский морской народный музей разрешил своим визитерам полностью погрузиться на морское дно. 11 проекторов создают гигантскую фотопроекцию, благодаря чему и возникает чувство настоящего пребывания в открытом океане.



Рисунок 4– морской музей

### Италия

В греческих и французских музеях активен проект, который разработан при материальной поддержке CHESSE. Далее, после заполнения особой анкеты приложение дает визитеру профиль и создает для него индивидуальный маршрут, корректируемый по мере прохождения маршрута музея. По выходе из музея визитер имеет фотографию или видеозапись своего посещения. Также любой желающий может разместить свой культурный поход на веб-странице музея и сделать его репост в социальных сетях.



Рисунок 5 – приложение для мобильного

Трентовский естественнонаучный музей MUSE в Италии приобрел особый мультимедийный тоннель с видеопроекциями и стереозвуком. Тоннель создает визитерам воображаемый полет над Альпами и спуск по снежной трассе. Еще одна новинка – диалоговый глобус – точная модель Земли, вид из космического пространства. Особая программа в режиме реального времени воспроизводит перемещение воздушных потоков, морей и суши, климатические перемены и прочее. Так же, материально поддерживаемый ЕС проект meSch дает визитерам музеев возможность взаимодействия с выставочными объектами при помощи «умных» предметов. Например, «умное» увеличительное стекло дает возможность многократно увеличить объект и изучить его в мельчайших подробностях. «Умная» книга будет нужна для посещения парка-усадьбы или мест боевой славы: при помощи особой закладки, которую нужно поднести к значку достопримечательности, визитер услышит рассказ о ней из установленного неподалеку громкоговорителя, замаскированного под обычный фонарь.

#### Австралийский союз

Квинслендский музей создал приложение для смартфонов, которое содержит статьи о 550 видах австралийской фауны. Кроме живописных фотографий и справочных описаний существ, приложение обладает сведениями о среде обитания, так же и при возможных последствиях вымирания определенных видов. В Австралийском Национальном музее диалоговые выступления проводят роботы-шахматисты – Честер и Каспаров. Такое выступление доступно из любой страны мира. Все, что требуется человеку, – вход во всемирную Сеть, микрофон и камера [18].

Как мы видим, страны запада безбоязненно объединили привычные и устоявшиеся модели музейных экспозиций и выставок с прогрессивными технологиями мультимедиа, добавив яркости и наглядности в мир музеев, захватывая внимание посетителей и доступно преподнося сухую научную информацию, дабы и подростки, и люди в возрасте смогли ощутить весь объем представленных знаний в доступной для них форме.

## 2.2 Анализ российских аналогов

Проведя анализ современных отечественных музеев, можно отметить, что они хоть и с запозданием, но всё же начали внедрение мультимедийных и интерактивных систем в экспозиции и выставки. В настоящее время всё больше музеев следуют этой тропой, беря пример с западных и отечественных коллег, тем самым привлекая больше внимания и расширяя целевую аудиторию.

В отечественных музеях больше всего ценится техническое дополнение, например, интерактивные дисплеи, столы. Наиболее интересными являются инсталляции «Песочница» в городах: Тольятти, Самара, Ханты-Мансийск. Принцип работы это проекция формирования гор и водоёмов при помощи песка. Также следует упомянуть «Вселенная воды», расположенную в Санкт-Петербурге, «Лабиринт Ума». В 2018 году закрытый Политехнический музей распахнет свои двери и продемонстрирует всем полностью интерактивную зону.



Рисунок 6 – Музейный комплекс «Вселенная воды» в Санкт-Петербурге



Рисунок 7 – Музей в Санкт-Петербурге



Рисунок 8 – живой пол в музее «Вселенная воды»

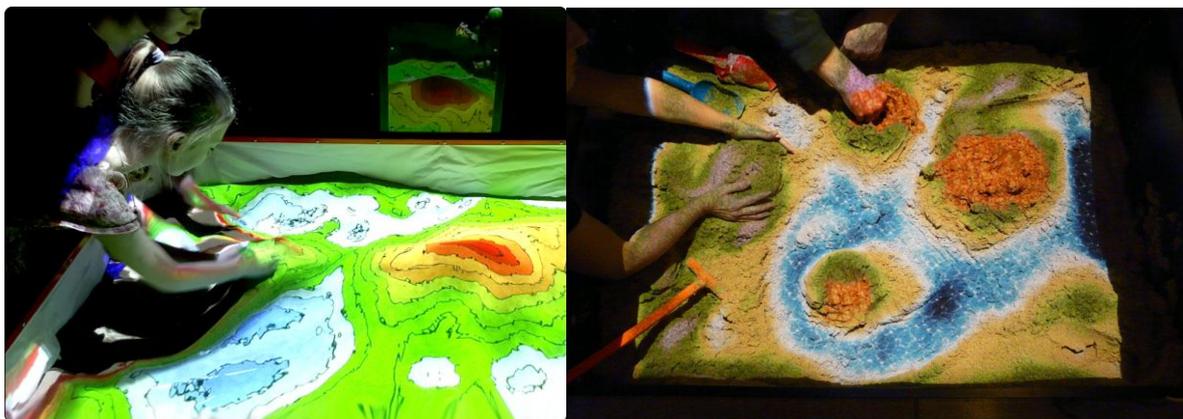


Рисунок 9 – интерактивная инсталляция «Песочница»

Подводя итоги российских аналогов мультимедийных и интерактивных систем, мы можем видеть, что эти технологии активно и успешно внедряются в музейные экспозиционное и выставочное, а в некоторых случаях даже являясь основным элементом программы, позволяя по-новому взглянуть на привычные вещи и традиционные методы так гармонично сплетающихся с новыми технологиями.

#### Выводы

Изучив и проанализировав ряд аналогов зарубежных и российских музеев стоит отметить появление движущихся образов, традиции музеев начинают меняться. Современные образы начинают навязывать посетителю время их рассматривания, увлекая посетителя в другой мир.

Появление мультимедийных и интерактивных технологий в современном экспозиционном пространстве – тема, все больше набирающая оборот в современном понятие музеев. И в связи с этим, как любое новое движение имеет ряд неоднозначных мнений/ вопросов и ответов.

Нужно ли внедрять в музеи современные технологии, нужно ли отходить от традиционного понятия музеев. Ответ: да, несомненно, потому что использование таких технологий в современном экспозиционном пространстве позволяет не только разнообразить состав музейных выставок, шагать в ногу с технологиями, но и получить дополнительную аудиторию, увеличив охват целевой.

### Раздел 3. Описание и обоснование проектного предложения

#### 3.1 Анализ целевой аудитории

С целью выбора направления работы над концепцией в рамках бакалавриатской работы был проведено исследование в виде опроса среди потенциально обозначенной аудитории.

Цель исследования – понять, какая нужна визуальная концепция для экспозиционного пространства музея военной славы ТГУ, чтобы заинтересовать все группы целевой аудитории.

Целевая аудитория максимально широкая с выделением следующих групп:

- курсанты военной кафедры ТГУ;
- гости университета (ветераны);
- группы школьников и студентов;
- люди живущие историей, почитающие традиции города, всех возвратов;
- туристы города;
- представители СМИ;
- специалисты различных отраслей: музейщики, краеведы, историки; органы власти, местное самоуправление, комитеты, министерства.

В опросе приняли участие 180 человек в возрасте от семи до 76 лет представители всех сегментов целевой аудитории. В ходе обработки полученной информации были получены данные (таблица 1), которые помогут в разработке визуальной концепции для проекта будущего музея.

Таблица 1 – Трехуровневый анализ продукта

Наименование сегмента	Сущность продукта (какие выгоды дает продукт)	Фактический товар	Добавленная услуга (что еще мы можем предложить клиенту?)
Курсанты	Знакомство с историей военной кафедры, погружение в учебную среду, возможность осуществления учебного процесса в стенах музея. Возможность изучить историю своих командиров.	Элементы экспозиционного пространства	Презентации, фильмы на большом экране (обучение). Возможность участия в экспозициях музея. Для студентов ВК- нашивка на форму Семинары

## Продолжение таблицы 1

Студенты	Знакомство с историей родного края, историей Вуза. Погружение в музейную среду.	Элементы экспозиционного пространства	Экскурсии, праздничные программы к событийным мероприятиям города и университета, семинары
Школьники	Знакомство с историей своего родного края, воспитания чувства патриотизма, уважения, гордости, привлечение с малых лет к активной жизненной позиции	Элементы экспозиционного пространства	Экскурсии, праздничные программы к событийным мероприятиям ( 9мая, 23 февраля, другие военные праздники) Просмотр фильмов. Сувениры. Семинары
Ветераны	Сохранение национальной памяти, увековечить. Отражение их поступков в истории, отражение значимости прошедших событий	Элементы экспозиционного пространства	Праздничные программы, чаепитие, просмотр архивных фотографий. Памятные вещи (сувениры). Семинары

Этапы маркетингового исследования представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Этапы маркетингового исследования

Этапы	Характеристика этапа	Проведение этапа в проекте
Концептуализация	Определение целей и задач исследования, выработка рабочей гипотезы.	Объектом исследования выпускной бакалаврской работы является экспозиция (экспозиционное пространство). Предметом является визуальная концепция экспозиционного пространства под средствами графического дизайна. Цель: Создание концепции визуального наполнения к экспозиции музея военной славы ТГУ. Задачи: <ul style="list-style-type: none"> <li>- рассмотрение основных понятий и основных принципов организации музейной экспозиции;</li> <li>- рассмотрение современных методов создания экспозиции;</li> <li>- проведение исследования, целевой аудитории среди будущих посетителей музея;</li> <li>- создание современной, информативной, технологичной и мобильной экспозиции посвященную военной кафедре ТГУ и истории артиллерии нашего региона, которая будет оказывать высокую степень эмоционального воздействия на посетителя;</li> <li>- поиск современных методов создания визуальных решений для экспозиции;</li> <li>- формирование единого визуального стиля для экспозиции;</li> <li>- использование современных технических средств для предоставления информации;</li> <li>- выдерживать логику выстраивания экспозиционной системы, с взаимосвязанными разделами, понятную посетителю и удобную в просмотре;</li> <li>- разработка элементов экспозиционного пространства.</li> </ul>
Согласование	Определяются методы проведения исследования (количественный, качественный). Основные параметры, сроки и ресурсы.	Количественный, качественный (частично). Открытый интернет-опрос, содержит обязательные и необязательные ответы, с возможностью выбора одного варианта ответа, или нескольких, также можно вписать свой варианта ответа.  Созданный в сервисе: <a href="https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfYWv2Stg0vJG69NeYsx5wzVV6zOWSx9tr-M6Caac6fDM1wtg/viewform?usp=sf_link">https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfYWv2Stg0vJG69NeYsx5wzVV6zOWSx9tr-M6Caac6fDM1wtg/viewform?usp=sf_link</a>  3 раздела – Армия (10 вопросов); Война (8 вопросов); Музей (12

		вопросов). Сроки проведения: 18.03.17-30.03.17
Формализация	Утверждение метода исследования и разделение ответственности в группе	Количественный, частично качественный
Подготовка	Процесс подготовки и организации исследования	Подготовка опроса для анкет
Поле	Проведение исследования	-
Кодировка	Собранная информация вносится в базу данных исследования	-
Обработка	Простой статистический подсчёт полученных ответов	+
Анализ	Получение логической интерпретации с точки зрения маркетингового продвижения продукта. Гипотезы либо подтверждаются, либо опровергаются. Появление новых гипотез, выводов, рекомендаций	+
Отчёт	Оформление исследования	+

Этапы исследования сегментов целевой аудитории представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Сегментация целевой аудитории

Характеристика потребителя	Сегмент 1 Курсанты/студенты	Сегмент 2 Школьники	Сегмент 3 Ветераны

Продолжение таблицы 3

Социально-демографическая	Пол: мужской Возраст: 17-24 лет Поколение: 1990х	50/50 ж, м 17-25 1990-2000х	50/50 ж, м 7-18 лет 1990-2000х	50/50 ж, м 40-100 лет 1920-30-40-60-70х
Психологические	<p>Образ жизни потребителя: динамичный, размеренный, городской</p> <p>Отношение потребителя к инновациям: новаторы, традиционалисты</p> <p>Отношение к себе, восприятие своего «Я»: ощущение себя лидером — способность изменить мир или положение вещей;</p> <p>Жизненная позиция : активная, положительная</p> <p>Ценности: здоровье, семья и дети, дом и уют, близкие, общение, самореализация , духовный рост, удовольствия</p>	<p>Образ жизни потребителя: - активный, - гиперактивный, - пассивный, - размеренный, - городской</p> <p>Отношение потребителя к инновациям: - традиционные, - новаторы, - консервативные</p> <p>Жизненная позиция : - активная, - положительная.</p> <p>Ценности: семья, дом и уют, близкие, общение, самореализация , духовный рост, удовольствия</p>	<p>Образ жизни потребителя: - пассивный, - размеренный, - сельский, - городской</p> <p>Отношение потребителя к инновациям: - традиционные, - новаторы, - консервативные</p> <p>Жизненная позиция : - активная, - положительная.</p> <p>Ценности: семья, дом и уют, близкие, общение, самореализация , духовный рост, удовольствия</p>	
Поведенческие	Интерес, желание проводить время, служба, гордость, удовлетворенность	Интерес, желание познакомиться с чем-то новым, просвещение	Культурно-массовые мероприятия с целью прививания интереса, вкуса к жизни, истории своей страны, города Восторг	Общение, желание поделиться опытом, мыслями, воспоминания, гордость, восторг
Географические	Среднее Поволжье, гости Нижнего Поволжья, жители других регионов России			

Этапы исследования коммуникации и представлены в таблице 4.

Таблица 4 – План коммуникации

Наименование сегмента	Курсанты	Студенты	Школьники	Ветераны
Цель коммуникации	Заинтересовать изучать историю города, военное дело, проведение учебных занятий, общение, познакомиться с историей ТГУ.	Заинтересовать в изучение истории города, познакомиться с историей ТГУ. Просмотр экспонатов	Заинтересовать и познакомить с историей города, государства. Просмотр фильмов	Общение, просмотр экспонатов
Предположенная эмоциональная поведенческая реакция	Восторг и уважение, чувство причастности	Интерес и Уважение	Восторг	Гордость, умиротворение

## Продолжение таблицы 4

Средства коммуникации: один - одному многие - одному многие - многим	Социальные сети(многие одному), сообщения от руководителей кафедры. Событийные мероприятия (многие многим),	Социальные сети(многие одному), новости университета, газета Экскурсии, событийные мероприятия	Соц.сети, событийные мероприятия	Газеты города, телевидение, клубы встреч, событийные мероприятия
Помехи при сообщении	Нет	Нет желания понимать	Не существует	Не существует
Оценка эффективности сообщения	Удовлетворение Положительный эффект	Положительный эффект, удовлетворение	Положительный эффект, восторг	Положительный эффект, удовлетворение, удивление

### Выводы по исследованию:

- Отношение к военной службе преимущественно положительное (46,8 %) или нейтральное (44,3%);
- Аудитория относится с пониманием к «уклонистам» (44,3 %);
- Частота посещения музеев варьируется от одного раза в полгода (26,3 %) до года (43,4 %);
- Чуть меньше половины опрошенных (48,7 %) не знают о музее ТГУ;
- Подавляющее большинство поддерживает существование выставочных конкурсов в университете;
- Около 75% желают прикоснуться к экспонату;
- Но при этом выставки в ТГУ посещала лишь треть (31.6 %) респондентов;
- Центром внимания в музеях являются реальные экспонаты (42,1 %), а не муляжи;
- В вопросе об атмосфере музеев мнения сильно разделились.

Вывод: результатом исследования было установлено, что обобщающий фактор имеется. На основе полученных данных будет разработана концепция экспозиционного пространства.

## Вывод

В результате проведенных исследований были получены данные, основываясь на которых будет вестись разработка по созданию визуальной концепции для музея военной славы ТГУ. Основой концепции является создание комфортных условий для всех сегментов целевой аудитории.

### 3.2 Разработка вариантов визуальной концепции

Первым вариантом визуальной концепции рассматривался – футуризм. Интересный, современный, вызывающий. Фирменные цвета предполагались синие, фиолетовый, черный, серый. Использование светодиодных лент как главным элементом экспозиции. За основу данной концепции был взят образ пули капсули. Ее форма хорошо отражает военную тематику (рисунки А.1– А.3).

Второй вариант визуальной концепции стал – армейский стиль. Типичный, традиционный военный музей. Камуфляж, сетки, грубые материалы. Темные тона в сочетании с зеленым и красным. Этот вариант основывался на данных опроса. Многие и люди высказывали свое мнение, что военный музей обязательно должен быть таким и никак иначе. (рисунки А.4– А.7).

Третий вариант визуальной концепции – пески времени. В третьем варианте сочетается традиции и инновационные технологии. Необычное сочетание материалов для традиционного музея, но в то же время не сильно перенасыщенное современным подходом. Варианты использования коллажей, чтобы отразить суть нашей истории и показать наглядно как, что и где было. (рисунки А.7– А.10).

### 3.3 Проработка итогового варианта визуальной концепции

Для итогового варианта визуальной концепции, был выбран третий вариант – Пески времени. Сочетание цветов, материала, все должно отражать дух прошлых лет и вести вперед.

За основу взяты элементы:

- советского модернизма;
- стиль ретро;
- советская мозаика;

- коллажи;
- фотообои.

Экспозиция должна отражать дух времен, показывать мощь нашего народа.

## Раздел 4. Экономическое обоснование проекта

### 4.1 Расчет затрат на проект

Целью выпускной бакалаврской работы является разработка и создание визуальной концепции и визуального наполнения к экспозиции музея военной славы ТГУ выполненными средствами графического дизайна.

Задачи:

- создание современной, информативной, технологичной и мобильной экспозиции посвященную военной кафедре ТГУ и истории артиллерии нашего региона, которая будет оказывать высокую степень эмоционального воздействия на посетителя;
- поиск современных методов создания визуальных решений для экспозиции;
- логически выстроенную систему экспозиции, со взаимосвязанными разделами, понятную посетителю и удобную в осмотре ;
- формирование единого визуального стиля для экспозиции;
- использование современных технических средств для предоставления информации;
- выдерживать логику выстраивания экспозиционной системы, с взаимосвязанными разделами, понятную посетителю и удобную в осмотре.

Расчёт расходов на проектирование является совокупностью затрат дизайнера на разработку проекта и включает в себя:

- амортизацию оборудования;
- затраты на электроэнергию;
- затраты на материалы;
- накладные расходы (связь, интернет, транспорт).

Таблица 1 – Перечень оборудования для расчета

Состав оборудования	Кол-во, шт.	Первоначальная стоимость, руб.	Общая стоимость, руб.
Люстра	1	8000	8000
Ноутбук – Dell	1	29000	37000

Inspiron 15			
Принтер – Samsung SCX – 4200	1	4000	41000
Энергосберегающие лампы	5	650	41650
Итого:		41650	41650

Таблица 2 – Расчет мощности оборудования

Состав оборудования	Кол-во, шт.	Мощность ед., КВт / час	Общая мощность, КВт / час
Люстра	1	0,5	0,5
Ноутбук – Dell Inspiron 15	1	0,5	1
Принтер – Samsung SCX – 4200	1	0,05	1,05
Энергосберегающие лампы	5	0,1	1,55
Итого:			1,55

#### Расчет затрат на материалы

В ходе работы над проектом необходимо было приобрести некоторые дополнительные материалы, представленные в таблице 3.

Таблица 3 – Дополнительные материалы

Наименование товара	Ед. измер., шт.	Цена, руб.	Кол-во, шт.	Стоимость, руб.
Пачка бумаги для принтера	шт.	230,00	2,00	460,00
Распечатка планшетного ряда (1000x700)	шт.	520,00	4,00	2080,00
Планшет пенокартон (1000x700)	шт.	400,00	4,00	1600,00
Оформление переплета в типографии	шт.	400,00	1,00	400,00
Итого:				4540

Таблица 4 – Другие расходы

Наименование	Стоимость мес., руб.	Стоимость 6 мес., руб.	Общая стоимость, руб.
Телефон	150	900	900
Internet	470	2820	3720
Транспорт	1620	9720	13440
Итого:			13440

Таблица 5 – Смета оборудования

Наименование материала	стоимость ед.	Кол-во	Стоимость, руб.
Светодиодная лента 300 LED	177	10	1770
Проектор Optoma HD600X	25000	1	25000
ЖК (LCD) монитор HP LD4200	41 480	1	41 480
Встраиваемый touch screen сенсорный акустический монитор OPEN FRAME 22" TG4L22R	22040	1	22040
Сенсорный стол с экраном 80"	110 000	1	110 000
Наушники	1 549	2	3098
Стены из гипсокартона	150000	1	150000
Живая пленка	1050 x 1750	1	16592
Итого			369980

#### 4.2 Целевая эффективность

Расчет целевой эффективности – второстепенный. Главной задачей являлось обеспечение комфортных условий для всех сегментов целевой аудитории. Достигли цель путем грамотного распределения денежных ресурсов.

#### 4.3 Расчет эффективности

Расчет экономической эффективности – второстепенный. Первостепенной задачей является культурное просвещение целевой аудитории, досуг и рабочая обстановка, а также развлекательно-увлекательная программа экспозиционного пространства.

Курсантам военной кафедры ТГУ будет комфортно учиться, проводить время в стенах музея. Студенты поближе познакомятся с историей нашей страны, нашего края и военным делом. Школьники многое узнают и подчеркнут из экскурсий, которые будут проводиться в музее. А ветераны, будут приходить и делиться воспоминаниями военных времен, общаться со своими сослуживцами и предаваться воспоминаниям прошлых лет.

Все это обеспечит хорошее положение университета среди других городских вузов. Повысит престиж города и выйдет на новый уровень среди других городов.

## **Заключение**

В ходе работы над выпускной квалификационной работой были рассмотрены особенности построения экспозиционного пространства в контексте музея.

Итогом работы над ВКР стало решение многих задач, который ставились в начале. Визуальная концепция экспозиции военного музея имеет важное значение для университета.

Современный музей должен решать ряд задач, привлечь посетителя, заставить погрузиться в ту или иную среду. Музей становится не только хранителем знаний, но и средством коммуникации и связью между людьми. Ознакомить с историей нашей страны, родного края, сформировать интерес к военно-патриотической теме все это возможно благодаря использованию традиционных методов и новейших технологий при создании экспозиций.

Итогом проекта стала визуальная концепция экспозиции военного музея ТГУ. Разработанный проект актуален, отражает современный подход, а также связь с историей нашей страны, нашего города и нашего ВУЗА. Образ получился уникальным, узнаваемым, запоминающимся.

## Список использованных источников

- 1) Базыма, Б. А. Психология цвета: теория и практика / Б. А. Базыма. – М.: Речь, 2005.-205 с.
- 2) Горшков М.К. Российское общество как оно есть. – М., 2011. – С. 459.
- 3) Буковецкая, О. А. Дизайн текста : шрифт, эффекты, цвет : [практ. пособие] / О. А. Буковецкая. – Изд. 2-е, испр. – Москва : ДМК Пресс, [2006]. – 277 с. : ил.
- 4) Государственный доклад о состоянии культуры в Российской Федерации в 2013 году // [электронный ресурс] Музей и личность/ Ответственный редактор А.В.Лебедев/ Составитель М.Ю.Юхневич/ С. Минина. Музей глазами посетителя/ М., 2007 – 67 с.
- 5) Железняков, В. Н. Цвет и контраст. Технология и творческий выбор / В. Н. Железняков. - М.: ВГИК, 2000. - 294 с.
- 6) Иттен Иоханнес. Основы цвета. / Пер. с нем.; предис. Л. Монаховой. – М.: Изд. Д. Аронов, 2000. – 96 с.; ил
- 7) Калмыкова Н. В. Дизайн поверхности [Электронный ресурс] : композиция, пластика, графика, колористика : учеб. пособие / Н. В. Калмыкова, И. А. Максимова. - М. : КДУ, 2010. - 154 с. : ил. - Библиогр.: с. 152. - Электронно-библиотечная система "Библиотех".
- 8) Колесникова Анна Георгиевна. Статья: Роль музея в формировании исторического сознания Россиян , 4 страницы.
- 9) Люшер М. Четырехцветный человек или путь к внутреннему равновесию / Сб. Магия цвета, – Харьков: АО «СФЕРА»; «Сварог», 1996, – 432 с.
- 10) Музей и новые технологии/ Составитель и научный редактор Н.А.Никишин М., 1999– 111 с.

12) Музейная Экспозиция (Теория и Практика, искусство экспозиции, новые сценарии и концепции) Ответственный редактор М.Т. Майстровская. М., 1997 – 7 с.

13) Российская музейная энциклопедия / Словарь терминов/  
<http://www.museum.ru/rme/dictionary.asp>

14) Советы дизайнерам / <http://creativshik.com/>

15) Т.В Галкина Музееведение: основы создания экспозиционного пространства. <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70635190/#ixzz3PRpHEHrV>.

16) Поляков, Т. П. Образно-сюжетный метод в системе взаимосвязей традиционных методов построения экспозиции // Музееведение. Проблемы культурной коммуникации / Сб. науч. тр. НИИ культуры. – М., 1988. – С. 35-34.

17) Федеральный закон от 26.05.1996 № 54-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации»

18) Макарова, В. В. Дизайн помещений : стили интерьера на примерах : [практ. пособие] / В. В. Макарова. – Санкт-Петербург : БХВ-Петербург, 2011. – 168 с. – (Строительство и архитектура).

19) Продвижение и реклама музеев (Электронный ресурс) – Режим доступа: <http://odiplom.ru/lab/prodvizhenie-i-reklama-muzeev.html>

20) Реклама : новые технологии в России : учеб. пособие / О. А. Феофанов. - Санкт-Петербург : Питер, 2000. - 377 с. : ил. - (Маркетинг для профессионалов). - ISBN 5-272-00037-4 : 85-00.

21) Рябцев, Д. В. Интерьер в 3ds Max: от моделирования до визуализации / Д. В. Рябцев. – Санкт-Петербург : Питер, 2008. – 496 с. : ил.

22) Музееведение. Музеи исторического профиля: Учеб. пособие для вузов по специальности «История» – Санкт-Петербург : Питер, 2012. - 108 с. : ил.

## Приложение А

### Аналоги визуальных концепций

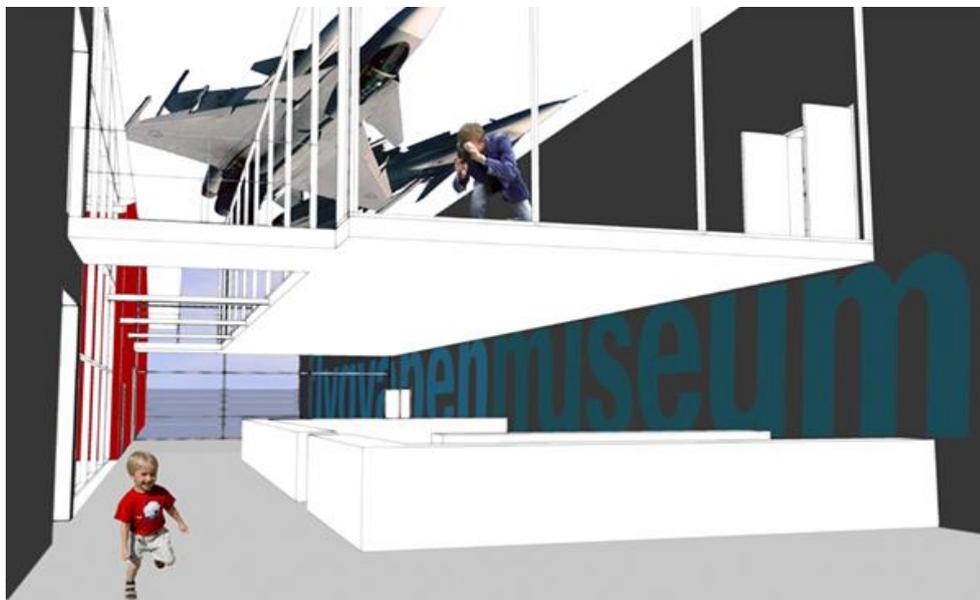


Рисунок А.1 – Концепт музея в Чикаго



Рисунок А.2 – Автор: Даниэль Куниц. Вариант оформления информации



Рисунок А.3 – Музей в Голландии



Рисунок А.4 – Вариант использования изображения на стене и проектора



Рисунок А.5 – Вариант использования светящейся краски для усиление эффекта восприятия экспозиции



Рисунок А.6 – Вариант использования подсветки. Автор: Давид Перез Гарсия



Рисунок А.7 – Галограмма



Рисунок А.8 – Интерактивные технологии

## Приложение Б

### Создание визуальной концепции



Рисунок Б.1 – Графические поиски



Рисунок Б.2 – Графические поиски



Рисунок Б.3 – Графические поиски



Рисунок Б.4 – Графические поиски



Рисунок Б.5 – Графические поиски

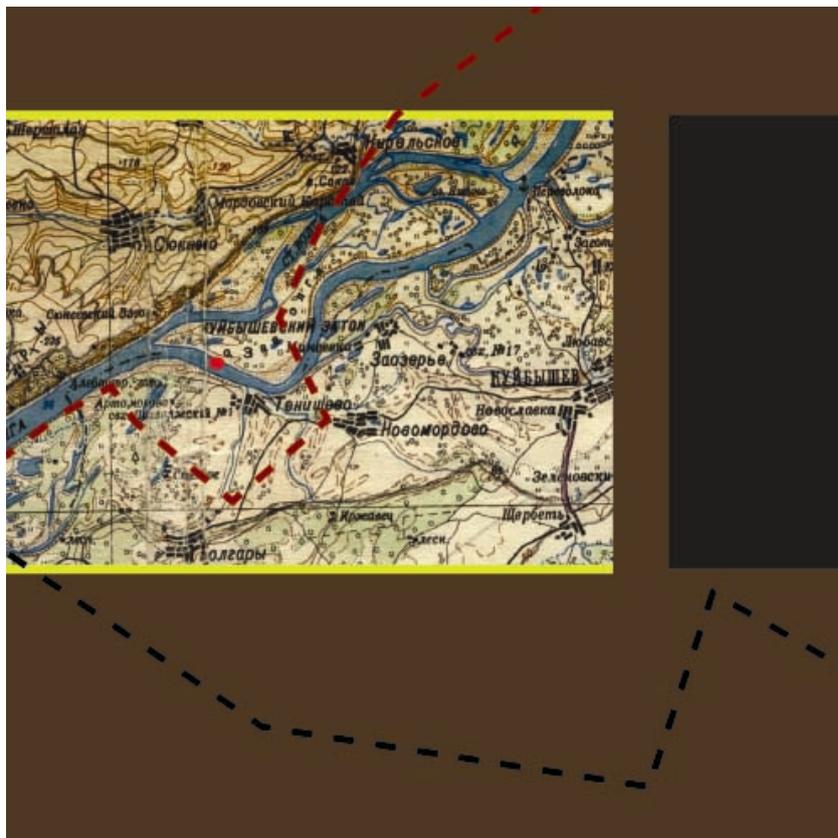


Рисунок Б.6 – Визуальная концепция 1



Рисунок Б.7 –Развертка стен 1



Рисунок Б.8 – Фрагмент стены



Рисунок Б.9 – Развертки стен вариан 1

## Приложение В

### Итоговый вариант визуальной концепции



Рисунок В.1 – Элементы стены





МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего профессионального образования

«Тольяттинский государственный университет»

---

(институт)

---

(кафедра)

**ОТЗЫВ**

**руководителя о выпускной квалификационной работе**

Студента(ки) \_\_\_\_\_

---

(код и наименование направления подготовки, специальности)

---

(наименование профиля, специализации, магистерской программы)

Тема \_\_\_\_\_

Содержательная часть отзыва.

Оценка выпускной работы по четырехбалльной системе («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»).

Руководитель,

---

(ученая степень, звание, должность)

---

(подпись)

---

(И.О. Фамилия)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

