

Балакаева Д. Д.

Научный руководитель: Панкина М. В.

*Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина*

Екатеринбург

СПЕЦИФИКА ПРОЕКТИРОВАНИЯ СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ ДЛЯ КРАЕВЕДЧЕСКИХ МУЗЕЕВ

Аннотация: В статье рассматриваются тренды в музейном дизайне, функции сувениров, основополагающие принципы проектирования сувенирной продукции для краеведческих музеев. Даны практические рекомендации по выбору ассортимента и проектированию продукции. Актуальность обуславливается малой изученностью вопроса и недооцененностью сувенирной продукции как средства продвижения музея.

Ключевые слова: дизайн, традиции, история, сувениры, бренд, этнография, краеведческий музей, маркетинг.

Balakaeva D. D.

Scientific supervisor: Pankina M. V.

*Ural Federal University named after the First President
of Russia B. N. Yeltsin*

Ekaterinburg

THE SPECIFICS OF SOUVENIR PRODUCTION DESIGN FOR ETHNOGRAPHY MUSEUMS

Annotation: This article considers current trends in museum design, functions of souvenir and the fundamental principles of souvenir production design for ethnography museums. There are practical recommendations given

for the choice and designing of merchandise. The relevance of this topic is caused by low level of knowledge of the issue and by undervaluation of souvenir products as a way of museum promotion.

Keywords: design, traditions, history, souvenirs, brand, ethnography, ethnography museum, marketing.

Многие музеи, отличающиеся познавательной и привлекательной для посетителя экспозицией, не занимаются реализацией сувенирной продукции, либо ассортимент таковой слишком узок. Один из таких – Музей реки Обь в Нефтеюганске. На данный момент принципы выбора и проектирования музейной сувенирной продукции остаются малоизученной темой.

Проектирование актуальной сувенирной продукции для краеведческих музеев выполняет ряд функций – это не только значимый источник дохода и средство продвижения, но и средство ознакомления с традициями местных народов. Сувенирная продукция помогает продемонстрировать и закрепить информацию, преподнесенную в музее, дополняет айдентику музея или города. Такие товары могут стать носителями определенных ценностей (информация о родном крае, экологическая осознанность, проведение времени с семьей, почитание традиций). Можно условно выделить несколько типов распространенной музейной сувенирной продукции:

1) реплики предметов старины и народного рукоделия, созданные при помощи современных технологий (например, шелковые платки с народной росписью; украшения из бисера с традиционными узорами);

2) предмет-оберег – функциональный либо декоративный (например, салфетница, подставка для карандашей; декоративный магнит; заколка для волос и пр. в образе тотемного животного или с использованием традиционного орнамента);

3) полезные сувениры:

- а) промо-сувениры (например, блокнот; ручка с логотипом музея);
- б) эмоционально значимые полезные сувениры (например, брелок с зеркалом или рамка для фотографий; настольная игра или игрушка для ребенка);
- с) посуда (например, поднос; тарелка; чашка; рюмка);
- 4) предметы, дополняющие домашнюю коллекцию (если таковая имеется);
- 5) книги, побуждающие к действиям вне музея (поваренная книга с рецептами местных народов, детская книжка-раскраска, путеводитель) [3].

В качестве дополнения к последнему пункту стоит добавить другие типы изделий, которые, благодаря вложенному в них смыслу, могут стать поводом для взаимодействия (например, использование набора посуды, в который заложена нумерологическая символика, приводит к обсуждению традиций) [1]. Желательно, чтобы в вещь был вложен смысл, достойный рассказа, чтобы человек, посетивший музей и купивший в нем сувенир, захотел рассказать его историю другим. Средством усиления положительного эффекта от такого сувенира могут быть буклеты с информацией [2].

На территории упомянутого выше Музея реки Обь в Нефтеюганске не реализуется сувенирная продукция. В качестве референса можно обратиться к таким музеям, как Музей Природы и Человека в Ханты-Мансийске. Ассортимент сувенирной продукции в нем представляет собой почти все вышеупомянутые пункты. В продаже имеются промо-товары (набор вырубных магнитов с изображением экспонатов), товары ручной работы с использованием природных материалов (серьги и кольцо «Волшебный лес», изготовленные из югорского ягеля). Есть и товары ручной работы, имитирующие традиционные украшения (Мэвл сак – нагрудное украшение из бисера), и реплики музейных экспонатов (металлические фигурки и пряжки, изображающие животных и людей).

Набор из двух стопок «Олень» – это пример посуды, созданной с использованием современных методов дизайна, но имеющей в основе оберег – образ оленя.

Для современного посетителя музей представляет собой совокупность следующих образов: креативный коворкинг, способ «перенестись во времени и пространстве» посредством чувственных переживаний, архив раритетных и антикварных предметов, коллектив, исследовательский центр, средство культурного диалога, перформанс [3]. Основными функциями музея являются образовательная, воспитательная, рекреационная. Таким образом, сувенир из краеведческого музея может стать напоминанием о полученной информации, о приятно проведенном времени, способом «прикоснуться» к культуре посредством визуальных, тактильных и других чувственных переживаний, а также поводом для творческой деятельности и коммуникации с друзьями и детьми.

Существует закономерность – чем более уникальны экспонаты, тем менее они нуждаются в оригинальном экспонировании. Поэтому для краеведческого музея особенно актуально применение креативных методов развития и продвижения (одним из таких становится сувенир) в силу сравнительно небольших различий в форме подачи и содержании разных краеведческих музеев [2].

Когда речь идет о краеведческом музее, важнейшим аспектом является история, региональные традиции. Здесь важно уйти от «использования» истории в пользу «диалога» с историей: важно глубинное понимание истории и деталей культуры. Основой для поиска образов могут стать различные темы: локальная архитектура, события, поверия и фольклор, а также местная флора и фауна. Полное копирование исторически сложившихся образов не всегда отвечает вкусам современного человека, к тому же некоторые исследователи считают, что оно обесценивает реальное культурное наследие [1]. Поэтому оптимальным подходом в поиске образа является использование

вышеуказанных тем как источника вдохновения с дизайнерским подходом.

Приведем актуальные тенденции в создании музейной сувенирной продукции: ремесленное производство на площадке музея или партнеров; творчество самодельных художников, которые имеют возможность реализовывать свои произведения в музее или на фестивалях, ярмарках; промышленное тиражное производство по проектам дизайнеров; коллаборации художников, ремесленников и мелких производств. Тематика и художественно-образное решение сувениров основано на обращении к истории и традициям, синтезе традиционного и инновационного в стилизованных формах.

На сегодняшний день нельзя дать конкретных инструкций для создания сувенира, ведь ценится уникальность, смелые решения. Однако можно выделить несколько общих рекомендаций:

основные предпочтительные качества сувенирной продукции, на которых базируется их проектирование – способность вызывать эмоциональный отклик, их уникальность, и при этом – утилитарность, полезность для дома, хозяйства;

при создании сувениров важно применять современные технологии и проектные методы дизайна, сочетая традиции и инновации, уникальность и экономическую рентабельность товара;

при создании регионально-тематических сувениров лучше не копировать старинное изделие, а использовать фольклор, традиции, архитектуру, местную флору и фауну в качестве источника вдохновения;

сувенир может предполагать сценарий игры, использования, подталкивая покупателя к определенным действиям вне стен музея;

один из актуальных видов реализуемой в музее продукции – товары ремесленного производства и произведения самодельных художников – могут стать предметами коллекционирования.

Самые распространенные сувениры – магниты, брелоки, футболки, проектирование которых базируется на стилизации и китче, исчерпали себя. Современный подход к выбору и созданию сувенирной продукции для краеведческого музея подразумевает поиск новых проектных решений, сочетание следования трендам и стремления к устойчивости, экологичности.

Библиографические ссылки

1. *Быстрова Т. Ю.* Социокультурный подход к проектированию туристических и музейных сувениров // Человек в мире культуры. 2015. №1. С. 19-21.
2. *Волкова Е. В.* Концептуализация музейного дизайна: основные подходы // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). 2017. №4 (45). С 1-5.
3. *Кривошеева Т. М.* Сувенирная продукция в музеях – инструмент эмоциональной коммуникации с посетителями // Современные проблемы сервиса и туризма. 2016. №2. С. 29-36.