

## Культура и искусство

*Правильная ссылка на статью:*

Аббасов И.Б., Ду И. — Дизайн концепция выставочного пространства государственного музея провинции Хэнань // Культура и искусство. — 2023. — № 6. — С. 56 - 76. DOI: 10.7256/2454-0625.2023.6.38496 EDN: SHSFJJ URL: [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=38496](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=38496)

## Дизайн концепция выставочного пространства государственного музея провинции Хэнань

**Аббасов Ифтихар Балакишиевич**

ORCID: 0000-0003-4805-8714

доктор технических наук

профессор, кафедра инженерной графики и компьютерного дизайна, Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия

347905, Россия, Ростовская область, г. Таганрог, ул. Чехова, 22



✉ iftikhar\_abbasov@mail.ru

**Ду Ифэй**

магистр, кафедра инженерной графики и компьютерного дизайна, Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия

347928, Россия, Ростовская область, г. Таганрог, ул. Чехова, 22

✉ igkd@sfedu.ru

[Статья из рубрики "Архитектура и дизайн"](#)**DOI:**

10.7256/2454-0625.2023.6.38496

**EDN:**

SHSFJJ

**Дата направления статьи в редакцию:**

23-07-2022

**Дата публикации:**

05-07-2023

**Аннотация:** Хэнаньский музей является одним из первых музеев Китая, в условиях непрерывного развития технологий большинство музейных пространств требуют современного дизайна. В сегодняшней быстро развивающейся среде музейных брендов для данного музея необходим современный дизайн. Данная работа посвящена разработке новой концепции дизайна музея Хэнань, зала

музыкальных инструментов Великого Шелкового пути, в целях разработки рекомендаций для дальнейшего продвижения бренда в области туристической привлекательности и развития местной экономики. Объектом исследования является музей провинции Хэнань, Китай, предметом является влияние бренда музея на популяризацию древнекитайской культуры. Приведен анализ некоторых азиатских музеев, описаны этапы становления музея, разработаны элементы ребрендинга: логотип, буклет, плакат, сайт, рекламная продукция музея. Предложена концепция дизайна помещения выставочного зала «Музыкальные инструменты Великого Шелкового пути», сделаны визуализации и создан видео облёт помещения зала, с наглядным представлением экспонатов для дистанционного доступа и просмотра. Был использован ситуационный подход к организации среды при разработке дизайна музеиного пространства. Научная новизна и теоретическая значимость исследования заключается в ребрендинге музея культуры, в разработке новой концепции оформления выставочного зала музеиного пространства Хэнаньского музея. Обсуждены некоторые современные тенденции развития дизайна музеиного пространства на примере отечественных и зарубежных музеев.

### **Ключевые слова:**

музей, история музея, этапы становления, дизайн концепция, музейное пространство, бренд музея, логотип, буклет, компьютерная модель, визуализация

### **Актуальность исследования**

Музей - это место, которое распространяет культуру и уникальным образом демонстрирует её людям. Музейное пространство – это способ отражения культуры общества в рамках одного пространства. Музейное пространство создается с помощью определенных экспозиционных приемов, материалов, предназначено для раскрытия смысла, посыла экспозиции [\[1\]](#), [\[2\]](#). В целом это пространство объединяет не только архитектурную основу, также и визуальную оболочку музейных экспозиций. К составляющим музейного пространства можно отнести их цифровое сопровождение в виде сайта, виртуального тура для дистанционного доступа.

Дизайн музейного пространства является одним из наиболее важных способов привлечения посетителей. Более того, дизайн музейного пространства может внести в музей уникальную художественную атмосферу, чтобы музей продолжал развиваться. Дизайн музея основан на демонстрации культурных реликвий и образцов в определенном пространстве. Благодаря дальнейшему разумному планированию и особому дизайну пространства культурные реликвии могут быть более тесно интегрированы с окружающей средой, создавая более доступную культурную атмосферу. Главным объектом обслуживания музейного пространства являются посетители, туристы. Надо создать функционально удобную среду для посещения туристов, максимально привлекая их внимание, пробуждая желание исследовать культурные реликвии, экспонаты. Музей также является общественным местом, где люди получают культурное образование, проводят досуг, однако некоторые выставочные пространства все ещё имеют проблемы с удовлетворением потребностей масс, что приводит к постепенному снижению количества посетителей [\[3\]](#).

В настоящее время в Китае есть много музеев, которые используют корпоративный имидж, как часть своего бренда. В таких условиях необходимо активно развивать все аспекты музейного бренда для удовлетворения потребностей музеев в современном обществе [\[4\]](#). В этой работе ключевым направлением исследования является внедрение

культуры бренда в государственный музей провинции Хэнань, музей с долгой историей должен идти в ногу со временем.

### **Цель, задачи исследования**

Данная работа посвящена разработке новой концепции дизайна музеиного пространства Хэнань, зала музыкальных инструментов Великого Шелкового пути, в целях разработки рекомендаций для дальнейшего продвижения бренда в области туристической привлекательности и развития местной экономики. Объектом исследования является музей провинции Хэнань, Китай, предметом является влияние бренда музея на популяризацию древнекитайской культуры.

Для достижения поставленной цели необходимо: сделать анализ современного состояния бренда некоторых азиатских музеев истории, культуры, определить особенности развития музея провинции Хэнань, выявить исторические аспекты существования культуры Великого Шелкового пути, определить и разработать компоненты новой концепции дизайна для музеиного пространства провинции Хэнань на примере зала Музыкальные инструменты Великого Шелкового пути. В рамках новой дизайн-концепции планируется создание логотипа музея, рекламной, полиграфической продукции, проектирование и моделирование помещения выставочного зала Музыкальных инструментов Великого Шелкового пути.

Научная гипотеза исследования предполагает, что обновленный бренд музея, созданный на основе современных технологических требований будет продвигать и популяризовать историю и культуру Китая.

В данной работе в основном рассматриваются методы анализа и синтеза на основе исторических данных и информации, полученной из профессиональной литературы. В работе применены следующие методы исследования: исторический подход, логический подход, системный анализ. Был использован ситуационный подход к организации среды при разработке дизайна музеиного пространства. На основе стилистического и сравнительного анализа описаны составляющие бренда некоторых аналогичных музеев Юго-восточной Азии.

Научная новизна и теоретическая значимость исследования заключается в анализе бренда южно-азиатских музеев истории, культуры в целях ребрендинга данного музея, в разработке проекта оригинальной дизайн-концепции зала выставочного пространства Хэнаньского музея.

### **Музей провинции Хэнань**

Провинция Хэнань расположена в центральной части Китая со столицей в городе Чжэнчжоу. Хэнань находится на стыке прибрежной открытой местности, центрального и западного районов и является важным транспортным узлом в Китае. По состоянию на конец 2021 года постоянное население провинции Хэнань составляло 98,83 миллиона человек. Расположенный в среднем и нижнем течении реки Хуанхэ, провинция Хэнань является одним из мест зарождения древней китайской цивилизации [\[5\]](#).

Здесь в период культуры Пэйлиган около восьми тысяч лет назад зародились ремесла, такие как земледелие, животноводство и гончарное дело. В период средней и поздней культуры Луншань, более четырех тысяч лет назад, Центральные равнины вступили в эпоху комбинированного использования изделий из камня и бронзы. Более 20 ортодоксальных династий, таких как династия Ся и династия Шан, последовательно основали или переносили свою столицу в Хэнань. В Хэнани располагаются четыре из восьми древних столиц Китая, а именно Лоян, древняя столица тринадцати династий, Кайфэн, древняя столица восьми династий, Аньян, древняя столица семи династий

Чжэнчжоу, древняя столица Ся и Шан.

### Исторические этапы создания музея провинции Хэнань

Основанный в 1927 году, Хэнаньский музей является одним из самых старых и крупных музеев Китая. Музей расположен в городе Чжэнчжоу, площадь застройки 55 тысяч квадратных метров [\[6\]](#), [\[7\]](#). В 2009 году он был выбран в качестве первой партии национальных музеев, построенных совместно центральными и местными органами власти. В настоящее время в музее Хэнаня хранится коллекция из более чем 170 000 культурных реликвий, наиболее отличительными из которых являются доисторические культурные реликвии, бронза Шан и Чжоу, керамика, нефрит и резьба по камню прошлых династий. Выбор именно данного китайского музея обусловлен тем, что один из авторов статьи является уроженцем данной провинции, и эта работа поможет популяризации культуры родного края.

Большинство культурных реликвий были получены в начале двадцатого века из археологических раскопок в Шанцю, Лоян, Аньян, Кайфэн, Сычуань, Санмэнся, Хуэйсянь, Синьчжэн. Среди коллекций более 5000 экземпляров первоклассных национальных культурных реликвий, имеющих высокую историческую, культурную и художественную ценность, а некоторые коллекции известны как национальные сокровища. Во время антияпонской войны часть ценных культурных реликвий из музея Хэнань была сохранена в Тайваньском историческом музее. С 1930 по 1937 год были периодом беспрецедентного развития для музея Хэнань, коллекции содержали самые многочисленные и изысканные исторические реликвии с местными особенностями Хэнани.

В 1948 году Народно-освободительная армия Китая освободила древнюю столицу Кайфэн. Партия и правительство придали большое значение культурному просвещению и культурным мероприятиям, музей снова начал процветать. В 1961 году музей Хэнань был перенесен из Кайфэна в Чжэнчжоу, в столицу провинции, с лучшим выставочным центром. Однако, когда музей был организован и осуществлял различные виды деятельности, началась беспрецедентная культурная революция. За 10 лет Культурной революции работа музея была парализована, и её деятельность была заброшена, позднее музей постепенно начал восстанавливаться, и вступил в новый период исторического развития. Особенно в 1980-х годах популярность музея продолжала расти, с углублением реформ 1990-х годов и открытости, международные культурные обмены и быстрое развитие туризма еще больше способствовали развитию национальных музеев.

Основное здание главного выставочного зала музея Хэнань напоминает древнюю обсерваторию династии Юань (самая ранняя сохранившаяся обсерватория в Китае, расположенная в Дэнфэн, Хэнань (рис.1, слева). Музей интерпретируется как «Пирамида с короной», корона имеет форму прямоугольного сосуда, символизирующая Центральные равнины Китая (рис.1, справа). В главном зале есть голубые прозрачные окна сверху донизу и прозрачный стеклянный пояс, что выглядит очень величественно [\[8\]](#).



Рис.1. Обсерватория древней династии Юань (Дэнфэн, Хэнань) и современное здание музея Хэнань

### Выставочная деятельность музея

В начале создания музея Хэнань придавали большое значение сбору культурных реликвий. Однако из-за отсутствия опыта, работа музея была случайной, часто просто собирали редкие коллекции, а сами коллекции были достаточно сложными: хорошее и плохое смешивались.

Особо стоит отметить, что музей также выступил с инициативой провести несколько полевых раскопок и получил большое количество раскопанных культурных реликвий. Коллекции стали не только многочисленными, но также качественными и ценными. Такие, как квадратный горшок с лотосом и краном, девятиручный нефрит жуи в округе Дэнфэн (рис.2). Именно благодаря большому количеству культурных реликвий он значительно повысил свой статус в национальном музейном кругу, а также получил высокую оценку за рубежом.



Рис.2. Культурные реликвии в музее, выставочный зал «Древний нефрит провинции Хэнань»

Период с 1977 по 1997 год можно назвать 20-летием великого развития Хэнаньского музея, выставочная работа велась ярко и постепенно зарекомендовала себя как музей национальных культурных реликвий. За последние десять лет, с постоянным углублением работы с культурными реликвиями, давно хранившиеся культурные реликвии, наконец, снова выставились. Департаменты культуры различных регионов и городов собрали большое количество прекрасных культурных реликвий. Эти изысканные реликвии, такие как жемчуг, инкрустированный на земле Центральных равнин, излучают сверкающее сияние и непременно привлекают бесчисленное количество туристов из Китая и из-за рубежа своим бесконечным очарованием [\[9\]](#),[\[10\]](#).

Музей провинции Хэнань - это не только место сбора культурных реликвий, культурного просвещения, но и важное место для научных исследований [\[11\]](#). В период с 1931 по 1938 год Хэнаньский музей опубликовал более 100 томов каталогов и исследовательских работ по культурным реликвиям. В 1977 году при поддержке Музея провинции Хэнань был выпущен первый культурный журнал провинциального уровня "Henan Cultural Newsletter". Постепенно сформировались академические журналы с местными особенностями и уникальными стилями, которые привлекают всё большее внимание культурных и музейных кругов. Далее рассмотрим в качестве аналога некоторые музеи Юго-восточной Азии исторического, культурного профиля.

### Исторические музеи Юго-восточной Азии

Для сравнения и анализа были отобраны десять крупных профильных музеев стран Юго-восточной Азии. Были составлены таблицы с логотипом, экстерьером, интерьером, носителями бренда, фирменными цветами этих музеев. На рис. 3, 4 представлены

сравнительные данные этих десяти музеев.

1. Токийский национальный музей Японии расположен в северной части парка Уэно в Токио, основан в 1938 году, здесь в доверительном хранении находится 87 предметов китайских сокровищ, 634 предмета важных культурных реликвий.
2. Национальный музей природы и науки - крупнейший музей естествознания в Японии. Расположен в парке Уэно в Токио, основан 1871 году, коллекционный фонд состоит из более чем 89 000 экспонатов.
3. Национальный музей Кореи – крупнейший на территории Республики Корея исторический и художественный музей и культурный центр, основан в 1945 году, расположен в столице страны городе Сеуле, коллекционный фонд состоит из 220 000 экспонатов.
4. Сеульский исторический музей находится в одном из северных районов Сеула – Чонногу, создан в 2002 году.
5. Национальный музей Бангкока – центральный национальный музей Таиланда, крупнейший музей Юго-Восточной Азии, основан в 1874 году. В музее представлена коллекция произведений тайского искусства и истории.

НАЗВАНИЕ МУЗЕЯ	ЛОГОТИП	ЭКСТЕРЬЕР	ИНТЕРЬЕР	БРЕНДИНГ	ЦВЕТОВАЯ ГАММА
ТОКИЙСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ МУЗЕЙ					
НАЦИОНАЛЬНЫЙ МУЗЕЙ ПРИРОДЫ И НАУКИ, ТОКИО					
НАЦИОНАЛЬНЫЙ МУЗЕЙ КОРЕИ					
СЕУЛЬСКИЙ ИСТОРИЧЕСКИЙ МУЗЕЙ					
НАЦИОНАЛЬНЫЙ МУЗЕЙ БАНГКОКА					

Рис.3. Музеи Юго-восточной Азии, часть I

6. Музей Сиама – расположен на улице Санамчай в Бангкоке, Таиланд, создан в 2007 году.
7. Национальный музей Сингапура – старейший музей в Сингапуре. История данного заведения начинается в 1849 году, является одной из секций библиотеки Сингапурского института.
8. Национальный музей Малайзии, основан в 1963 году в Куала-Лумпур в здании, напоминающим внешне традиционный малайский дом.
9. Музей цивилизаций Азии (Asian Civilisations Museum) – это сингапурский музей, рассказывающий об исторических корнях страны через описание культуры азиатских народов за последние пять тысяч лет. Коллекционный фонд состоит из 1500 исторических, культурных артефактов.
10. Национальный музей Индонезии – центральный музей истории и культуры Индонезии в Джакарте. Основан в 1778 году, коллекционный фонд состоит из 140 000 экспонатов.

НАЗВАНИЕ МУЗЕЯ	ЛОГОТИП	ЭКСТЕРЬЕР	ИНТЕРЬЕР	БРЕНДИНГ	ЦВЕТОВАЯ ГАММА
МУЗЕЙ СИАМА					
НАЦИОНАЛЬНЫЙ МУЗЕЙ СИНГАПУРА	National Museum of Singapore				
НАЦИОНАЛЬНЫЙ МУЗЕЙ МАЛАЙЗИИ					
МУЗЕЙ ЦИВИЛИЗАЦИЙ АЗИИ	ASIAN CIVILISATIONS MUSEUM				
НАЦИОНАЛЬНЫЙ МУЗЕЙ ИНДОНЕЗИИ					

Рис.4. Музеи Юго-восточной Азии, часть II

Относительно анализа бренда данных музеев, нас интересует в основном логотип (фирменный знак), носители бренда и фирменные цвета. Представленные логотипы содержать как шрифтовую часть (в основном рубленные шрифты), так и графическую (кроме Национальных музеев Сингапура и Токио). Графическая часть составлена на основе силуэтов флоры и фауны (национальный музей природы и науки Токио, Национальный музей Бангкока), на основе религиозных символов (национальный музей Кореи), петроглифа (музей Сиама), геометрического знака из ритмических пятен (национальный музей Индонезии), также с аббревиатурами (Токийский национальный музей, Национальный музей Малайзии, Музей цивилизаций Азии).

На всех логотиках музеев национальные названия дублируются англоязычными версиями. В экстерьере большинства зданий можно отметить европейский стиль, некоторые имеют этническую основу. Интерьеры в основном отличаются в соответствии с содержанием экспозиции, фирменные цвета поддерживают национальную символику и носителей бренда (черный, серый, красный, терракотовый, оттенки лазурного и желто-зеленого). Можно заметить, что фирменные цвета достаточно приглушенные, нет ярких оттенков (синего, голубого, желтого). Отмеченные особенности рассмотренных музеев демонстрируют скорее особенности их отраслевой принадлежности к музейному делу.

### Ребрэндинг музея провинции Хэнань

За последние несколько лет корпоративный имидж Хэнаньского музея не претерпел серьезных изменений. Основная причина в том, что логотип в то время был вдохновлен внешним видом здания музея. При разработке нового бренда основное внимание необходимо уделить классическим культурным реликвиям, а также историческим источникам, на которых основана культура Центральных равнин.

Следует отметить, что был предложен новый фирменный логотип, и он вдохновлен формой классических культурных реликвий в музее. Поэтому, чтобы люди поняли историческое происхождение, необходимо сосредоточить внимание на этой культурной реликвии.

При проектировании выставочного зала необходимо учитывать дизайн для улучшения имиджа, в том числе общего и корпоративного воздействия. При этом также необходимо принять во внимание цветовое оформление всего пространства: цвета должны гармонировать друг с другом, не должно быть слишком отстраненных и не соответствующих тематике выставки [12], [13].

В тексте, знакомящем с культурными реликвиями, шрифт должен быть унифицирован,

текст должен быть написан удобным для чтения шрифтом. Также надо обратить внимание на гармонию цвета шрифта с фоном. Это важный аспект посещения выставки зрителем. Особое внимание также следует уделить плакатам и билбордам, а выставка должна выдерживать единый стиль с имиджем бренда [\[10\]](#),[\[14\]](#).

### Разработка логотипа, фирменных носителей

Первым шагом в создании и развитии бренда является создание различных дизайнерских решений логотипа. Ниже приведен ассоциативный ряд изображений (рис.5). Бронзовые изделия – древнейший вид китайского творчества. Своим разнообразием форм, типами украшений и уровнем техники литья китайская бронза является блестательным вкладом в мировое искусство. Традиционные китайские орнаменты относятся к узорам с уникальными национальными художественными стилями, передаваемыми из поколения в поколение.



Рис.5. Ассоциативный ряд: бронзовый бокал в форме птицы, традиционный китайский орнамент, изображение птицы

На базе иллюстративного материала были предложены следующие поисковые варианты эскизов логотипа (рис.6).



Рис.6. Поисковые варианты логотипа

В результате обсуждений был выбран следующий окончательный вариант логотипа музея Хэнань, который представлен на рис.7, слева. Новый логотип в основном базируется на известной коллекции культурных реликвий музея Хэнань, на стилизованном бокале в форме птицы. Также разработан упаковочный орнамент на основе логотипа в стиле традиционных китайских узоров (рис.7, справа). Использование повторяющихся орнаментов и их комбинаций, создает красивый фон, который может применяться для изготовления фирменной графики и упаковки.



Рис.7. Окончательный вариант логотипа и узор для упаковочной продукции

В качестве фирменных цветов были выбраны оттенки терракотового цвета: C:29, M:99, Y:100, K:0 и C:59, M:81, Y:100, K:44. Оттенки, выбранные для бренда, соответствуют цветам, используемым в унифицированных оттенках интерьера музея. В качестве фирменных шрифтов были выбраны Running Hand и Source Serif Variable, которые будут использованы при разработке фирменной полиграфической продукции.

Буклет является носителем фирменного стиля, с помощью линий, изображений и текста его можно объединить в творческое и изысканное произведение для отображения бренда музея и содержание выставки (рис.8).



Рис.8. Буклет музея

Независимо от того, в какой форме представлен плакат, он должен иметь сильное визуальное воздействие и художественную привлекательность. Музейные плакаты должны выражать тематику, название выставки, время и место проведения (рис.9).



Рис.9. Плакаты выставки музея, посвященной музыкальным инструментам Великого Шелкового пути

Также был предложен дизайн сайта Хэнаньского музея, который сейчас является важным направлением развития оцифровки экспонатов, и последующего ознакомления с коллекцией музея.

**Концепция дизайна выставочного зала «Музыкальные инструменты Великого Шелкового пути»**

Шелковый путь в широком смысле делится на Сухопутный Шелковый путь и Морской Шелковый путь. Сухопутный Шелковый путь берет свое начало во времена династии Западная Хань (202–208 гг. до н. э.), когда император династии Хань У отправил посланника в западные регионы, через Ганьсу и Синьцзян в Среднюю и Западную Азию и соединил средиземноморские страны доступом по сухе [\[4\]](#), [\[5\]](#).

Морской Шелковый путь в основном проходил через Южно-Китайское море, поэтому её также называют Южно-Китайским морским Шелковым путем. Морской шелковый путь был сформирован во времена династий Цинь и Хань, развивался и процветал при династиях Суй, Тан, Сун, Юань и Мин. Традиционный Шелковый путь начинается с древней столицы Китая Чанъаня, и достигает Средиземного моря через страны Центральной Азии, заканчивается в Риме, с общей протяженностью 6440 километров. Эта дорога считается перекрестком древних цивилизаций Востока и Запада, а шелк являлся самым представительным грузом. На протяжении тысячелетий по Шелковому пути путешествовали кочевники, племена, торговцы, верующие, дипломаты, солдаты и ученые-исследователи.

Со временем Шелковый путь стал собирательным названием для всех политических, экономических и культурных обменов между древним Китаем и Западом. Основным вкладом Шелкового пути в развитие древнекитайского общества был экономическим, он позволял жителям Центральных равнин вести товарную торговлю со своими западными соседями. Помимо экономического вклада, еще одним вкладом Шелкового пути был культурный аспект в развитие древнекитайского общества. Многие правители Центральных равнин начали принимать открытую дипломатическую стратегию по отношению к соседним странам в Центральной и Западной Азии. Взаимное поглощение значительно способствовало культурному обмену между Китаем и странами Средней и Западной Азии.

В музее Хэнань одновременно открыто множество выставок, среди них «Музыкальные инструменты Великого Шелкового пути» – последняя выставка. Это позволяет посетителям погрузиться в историю и культуру, благодаря музыкальным инструментам, которыми торговали на Шелковом пути, и знакомству с исторической информацией. Выставка призвана рассказать людям об исторических аспектах и значительном влиянии Шелкового пути. На рис. 10 в виде таблицы представлены традиционные музыкальные инструменты, типичная архитектура храмов, этнические рисунки и национальные орнаменты стран Юго-восточной Азии [\[6\]](#). Путем наглядного сравнения можно заметить национальные особенности культуры и искусства этих стран. В них есть что-то общее, объединяющее, одновременно у них остаются свои нюансы, признаки, указывающие на этническую принадлежность.

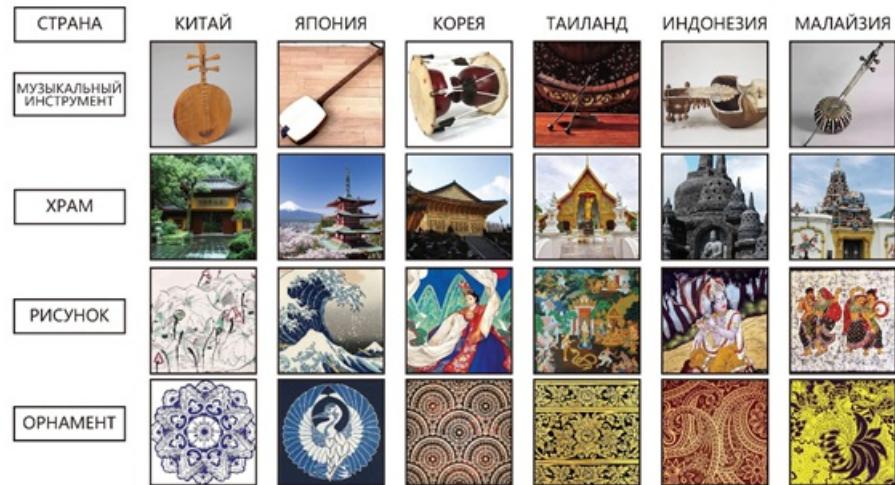


Рис.10. Традиционные музыкальные инструменты, архитектура храмов, рисунки и национальные орнаменты стран Юго-восточной Азии

### Дизайн выставочного зала

Выставочное пространство должно иметь много функциональных зон, таких как выставочная зона, зона для встреч, хранения, проход, зона отдыха и т.д. Зона отдыха для туристов является неотъемлемой частью внутреннего пространства выставок и зон общественного обслуживания [14],[15]. При планировании различных выставок необходимо учитывать аудиторию, контролировать маршрут посещения для усиления эффекта от выставки.

К основным формам организации потоков внутреннего пространства музея здания относятся: последовательная, радиальная и туннельная. Последовательная подразумевает поэтапный переход по выставочным пространствам. При радиальной организации выставочное пространство собрано вокруг единого центра. Туннельная организация имеет в виду наличие прохода между выставочными пространствами. Обычно эти траектории переплетаются в рамках одного музея здания. В Хэнаньском государственном музее в большей степени используется радиальная схема организации потока посетителей, четыре основных выставочных зала образуют центральную часть музея здания.

При проектировании также необходимо учитывать плотность размещения экспонатов культурных реликвий, что является важнейшим вопросом при оформлении выставок. Форма выставочного зала квадратная, план помещения представлен на рис.11, экспозиционные витрины с культурными реликвиями размещены по принципу симметрии.

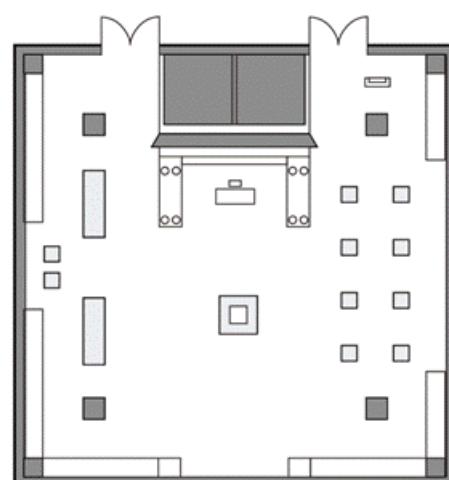


Рис.11. План выставочного зала «Музыкальные инструменты Великого Шелкового пути»

Цветовое оформление музеиного пространства должно быть тесно связано с тематикой выставки, чтобы привлечь внимание аудитории. Цветовая гамма должна отражать тематику выставочного зала и ожидание посетителей.

Стиль оформления выставочного зала должен быть простым и оригинальным, а также учитывать уникальные национальные и культурные особенности. Расположение витрин культурных реликвий в выставочном зале должно быть регулярным, они не должны мешать посещению людей из-за неправильного расположения витрин [\[16\],\[17\]](#).

На основе вышеприведенных критерий была создана трехмерная модель помещения, расставлены витрины, экспонаты с учётом маршрута посещения выставки. В дальнейшем объектам зала были присвоены материалы, текстуры, установлены источники освещения [\[18\]](#). На рис.12, 13 представлены визуализации различных ракурсов выставочного зала, которые наглядно показывают экспонаты выставки, музыкальные инструменты и культурные реликвии [\[19\]](#).



Рис.12. Визуализация выставочного зала «Музыкальные инструменты Великого Шелкового пути»



Рис.13. Визуализация выставочного зала «Музыкальные инструменты Великого Шелкового пути»

На основе созданной трехмерной модели, был снят виде облёт помещения выставки, который дополняет возможности виртуального тура, дистанционного доступа. Далее, в рамках полученных результатов, обсудим некоторые современные тенденции дизайна музеиного пространства на примере отечественных и зарубежных музеев.

### **Обсуждение: музейное пространство в современных условиях**

Обычно под музеиным пространством принято считать физические границы помещения, однако это давно не соответствует действительности. Сегодня музеи стали не только культурно-образовательной организацией, этот фактор необходимо учитывать при разработке дизайна музеиного пространства. В работе [\[20\]](#) рассматриваются особенности дизайна музеев города Новосибирска в современных реалиях. Музеи становятся

площадками для проведения обучающих занятий, которые развивают интерес к современному народному творчеству, науке. Поэтому возрастаёт потребность в универсальном, легко трансформируемом пространстве для просветительских целей. А исходное музейное помещение, как оболочка коллекций, играет высокую социально-культурную роль.

Статья [\[21\]](#) посвящена вопросам трансформации современного музея в перспективный центр мультикультурной коммуникации. Надо определить отклик музеев на вызов межкультурных коммуникаций в современном мире. Отмечено, что в настоящий момент произошло смещение в функциональной структуре музея с его хранительских функций на коммуникационные.

Посетители все чаще размещают в интернете свои фотографии во время посещения музеев. Особенно это прослеживается в социальной сети Instagram, в работе [\[22\]](#) исследуются вопросы создания постов посетителями иммерсивных цифровых пространств (пространств, с эффектом погружения в среду). Сочетание этих пространств с визуальными платформами социальных сетей становится привычным делом в современном мире.

Ключевой аудиторией среди посетителей становится семья, требующая особую форму участия. В статье [\[23\]](#) приведены результаты исследований, проведенных в крупном международном художественном музее Tate Modern (Лондон) по изучению семейных потребностей в музейном пространстве. Для семейного посещения немаловажными становятся обычные потребности: игра, сидение, разговор, еда и отдых. Пока социальная цель музеев продолжает обсуждаться, для этого необходимо лучше понять возможности современных музеев.

Статья [\[24\]](#) посвящена анализу имеющихся музейных технологий для людей с сенсорными нарушениями. Небольшое количество исследований предлагает роботов тактильного телеприсутствия, мультисенсорные произведения искусства, 3D-мультимедиа, многоязычные устройства и приложения дополненной реальности. Эти новые технологии могут изменить музейный опыт для людей с сенсорными нарушениями и ограниченными способностями.

**Вопросы дизайна музейного пространства.** Дизайн охватывает все сферы жизнедеятельности человека: архитектуру и ландшафт, интерьер, одежду, предметы, экспозиции и т.д. Он отражает образ жизни, мировоззрение, эстетические вкусы общества [\[25\]](#). Сложности в разработке дизайна музея объясняются многогранностью формы и содержания музейных экспозиций.

В работе [\[26\]](#) исследуется важность процесса дизайн-проектирования музейных экспозиций, так как он видоизменяется с течением времени, следовательно, является динамично развивающейся областью музеологии.

Работа [\[27\]](#) посвящена анализу современных тенденций в музейной айдентике и выявляются причины музейного ребрендинга. Инновационная, креативная деятельность в сфере музейного брендинга создаёт новые направления в визуальной айдентике. Под брендингом музея понимается комплекс мероприятий, направленных на формирование у посетителей доверия к новому образу музея.

В статье [\[28\]](#) рассматриваются вопросы проектирования интерьеров музейного пространства. Необходимо уникально показать каждый экспонат при соблюдении целостности всей экспозиции.

Сейчас не особо уделяется внимание вопросам освещенности при дизайне музейных помещений. Сочетание дневного и искусственного освещения влияет на восприятие музейных экспозиций. В статье [29] описывается процесс проектирования дневного освещения для помещений музея, его внешних фасадов в целях поддержки интересной пространственной атмосферы.

**Мультимедийные технологии в музейной экспозиции.** В статье [30] описывается процесс переосмысления современного состояния музея, относительно применения мультимедиа технологий. При создании экспозиций с мультимедийными технологиями, также необходимо учитывать визуальную оболочку помещения, чтобы не вызывать дисгармонию с общим дизайном музейного пространства.

В обзоре [31] исследуется применение виртуальной и дополненной реальности в музейном пространстве для социального обучения. Описываются примеры использования виртуальной/дополненной реальности для обучения, при этом уделяется внимание доступности, взаимодействию между физическими и виртуальными средами.

Статья [32] посвящена применению очень интересной современной музейной технологии - использованию музейных роботов-экскурсоводов с искусственным интеллектом в пространстве музея науки. Были опрошены сорок семь музейных экскурсовода, которые описали свои впечатления по обучению роботов. Данное исследование поможет обосновать дебаты о парадигмах машинного обучения в пространствах современных музеев.

## **Заключение**

Для реализации задуманного необходимо черпать вдохновение в культурных легендах и обращаться к историческим источникам, так как они несут опыт и знания, переданные предками. Каждая графика и символ, представленные на выставке, призваны передать смысл. Поэтому в разработанном дизайне необходимо сочетать индивидуальное и комбинированное значение символов. В итоге можно отметить, был сделан анализ современного состояния бренда южно-азиатских музеев, описаны особенности истории создания и последующего развития музея провинции Хэнань, выявлены исторические аспекты существования культуры Великого Шелкового пути. Разработаны составляющие ребрендинга музея, предложена новая дизайн-концепция, смоделировано помещение зала «Музыкальные инструменты Великого Шелкового пути», сделаны визуализации и создан видео облёт помещения зала, с наглядным представлением экспонатов для дистанционного доступа, просмотра. Также были обсуждены современные тренды в области дизайна музейного пространства, отметив, растущее влияние мультимедийных технологий.

## **Библиография**

1. Бабаева А.В. Современное музейное пространство: развитие или разрушение // Современные проблемы гуманитарных и общественных наук: Серия "Социально-политическое развитие российского общества".-Вып. 2(19).-Воронеж: Научная книга, 2018.-С.13-20.
2. Материалы открытых онлайн-курсов (МООК) "Воспитание историей" [Электронный ресурс]//Режим доступа: <https://edu.kpfu.ru/mod/page/view.php?id=170569> (дата обращения 18.02.2022)
3. Майстровская М.Т. Музей как объект культуры: искусство экспозиционного ансамбля.-М.: Изд-во Прогресс-Традиция, 2016.-678с.

4. Культура Китая [Электронный ресурс]// -Режим доступа:  
<http://www.china.org.cn/english/culture/34435.htm> (дата обращения 09.11.2021)
5. Энциклопедия китайских регионов [Электронный ресурс]// -Режим доступа:  
<http://russian.china.org.cn> (дата обращения 07.02.2022)
6. Музеи Китая [Электронный ресурс]// -Режим доступа:  
[https://www.sohu.com/a/290162987\\_100237836](https://www.sohu.com/a/290162987_100237836) (дата обращения 16.07.2021)
7. Государственный музей провинции Хэнань [Электронный ресурс]// -Режим доступа:  
<https://www.chinahighlights.ru/zhengzhou/attraction/henan-national-museum.htm>  
(дата обращения 16.07.2021)
8. Кан Ци. Заметки о создании-Создание музея Хэнань.-Архитектурный журнал, 1999. - 102 с.
9. Дэшуй Чжан. История создания музея Хэнань.-Оригинальный текст на китайском языке. 2002.-158 с.
10. Leonard M. What Does China Think? Bargain Price, 2008. - 176 р.
11. Gray J.H. China: A History of the Laws, Manners and Customs of the People. Dover Publications, 2003. - 992 р.
12. Алгазина Н.В. Проектирование. Выставочное пространство.-Омск: ОГИС, 2012. - 186 с.
13. Stallabrass J. Branding of the museum. History of Art, - 2014, - 265 р.
14. Щербина А.В. Музейное проектирование: учебно-методическое пособие. - Тольятти: ТГУ, - 2011. - 68 с.
15. Сунь Вэйи. Изучение разнообразных функций и способов использования музеиных зон отдыха [Электронный ресурс]-Режим доступа:  
<https://www.fx361.com/page/2020/0227/7599487.shtml> (дата обращения: 27.02.2022)
16. Анализ архитектурного дизайна музея Хэнань [Электронный ресурс]// -Режим доступа: <https://www.xzbu.com/2/view-572324.htm> (дата обращения 14.06.2021)
17. Аббасов И.Б., Санчез К. Дизайн музеиного пространства культуры инков "Museo del Sol" //Культура и искусство. 2018. № 8. С.40-53. DOI: 10.7256/2454-0625.2018.8.27096
18. Аббасов И.Б. Основы трехмерного моделирования в графической системе 3 ds Max 2018. Учебное пособие (допущено УМО). М.: ДМК Пресс. 2017. - 186 с.
19. Аббасов И.Б., Ду Ифэй. Этапы становления Музея провинции Хэнань (Китай). Сборник материалов XVI Всероссийской конференции «Информационное обслуживание в век электронных коммуникаций», 2-3 ноября 2021 г., Санкт-Петербург: ЦГПБ им. В.В. Маяковского, 2021. - 184 с. С.69-78.
20. Марьясова М.К., Максименко В.И. Дизайн музеиного пространства и просветительская функция //Региональные архитектурно-художественные школы. - 2020. - №. 1. С.135-140. DOI: 10.37909/978-5-89170-275-2-2020-1022
21. Алтухова С.А. Современный музей как пространство мультикультурной коммуникации: обзор кейсов России и Великобритании // История и современное мировоззрение. 2020. Т. 2. №3. С.103-111. DOI: 10.33693/2658-4654/-2020-2-3-103-111
22. Budge K. Visitors in immersive museum spaces and Instagram: Self, place-making, and play //The Journal of Public Space. - 2018. - V.3 (3). - P.121-138.  
DOI:10.32891/jps.v3i3.534
23. Hood L., Bailey A. R., Coles T., Pringle E. Liminal spaces and the shaping of family museum visits: a spatial ethnography of a major international art museum //Museum

- Management and Curatorship. 2022. P.1-24.  
<https://doi.org/10.1080/09647775.2021.2023897>
24. Carrizosa H.G., Sheehy K., Rix J., Seale J., Hayhoe S. Designing technologies for museums: accessibility and participation issues // Journal of Enabling Technologies, 2020, V.14 (1), P.31-39. <https://doi.org/10.1108/JET-08-2019-0038>
25. Nishonova K. Современный выставочный дизайн музея Узбекистана //Theoretical & Applied Science. 2019. №. 3. С.357-359  
<https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2019.03.71.24>
26. Солодовникова Н.В. Дизайн как средство художественного проектирования музеиной экспозиции //Наука. Исследования. Практика. 2020. С. 18-22.
27. Барсукова Н.И. Современные тенденции музеиного ребрендинга / Вопросы развития современной науки и техники / Сб. ст. III Межд. научно-практ. конф. // Мельбурн: Научный взгляд, 2021. №. 1. С.160-165. DOI:10.24412/cl-36006-2021-1-160-165
28. Сурова Е.М., Шумакова Т.А. Особенности проектирования музеиного пространства //Музеи декоративного искусства, художественной промышленности и дизайна: вчера, сегодня, завтра. 2018. С.83-87.
29. Fathy F., Mansour Y., Sabry H., Refat M., Wagdy A. Conceptual framework for daylighting and facade design in museums and exhibition spaces //Solar Energy.2020. V.204. P.673-682. <https://doi.org/10.1016/j.solener.2020.05.014>
30. Лобанова О.С., Макарова Т.С., Глазырина Т.А. Роль мультимедийных технологий в музеиной экспозиции //Архитектон: известия вузов. 2020. №. 4. С.1-11.  
DOI:10.47055/1990-4126-2020-4(72)-21
31. Scavarelli A., Arya A., Teather R.J. Virtual reality and augmented reality in social learning spaces: a literature review //Virtual Reality. 2021. V.25 (1). P.257-277.  
<https://doi.org/10.1007/s10055-020-00444-8>
32. Candello H., Pichiliani M., Wessel M., Pinhanez C., Muller M. Teaching robots to act and converse in physical spaces: participatory design fictions with museum guides //Proceedings of the Halfway to the Future Symposium 2019. 2019. P.1-4.  
<https://doi.org/10.1145/3363384.3363399>

## Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Некорректность названия сразу же затрудняет идентификацию проблематики – вроде бы еще и статью не прочитаешь, а уже возникает множество вопросов на старте. Прежде всего следует ли из названия понимать, что вся провинция Хэнань (вероятно, китайская провинция?) представляет собой музеиное пространство? Сомнительно ведь, однако исходя из названия можно представить себе именно такую картину. Либо все же речь идет о конкретных музеях или каком-то одном значительном музее? Вероятно, автор также имел в виду, что следует осуществить некую дизайн-концепцию (все же, по-видимому, нужно писать через дефис) музеиного пространства целой провинции или все же какого-либо музеиного комплекса. Несть числа вопросам, получит ли мы ясные ответы на них? Обратимся к содержанию статьи. В ней обращает на себя внимание четкое структурирование работы – каждый структурный элемент имеет название – это позволяет проследить логику научного поиска и в целом оценить эвристический

потенциал всей работы. Кроме того, автор делает акцент на иллюстративном материале, что, бесспорно, украшает статью с точки зрения визуального ряда прежде всего. И все же от автора ускользает важная деталь, которая задает тональность всему исследованию, как это обычно бывает. Речь идет об анализе научного дискурса по теме – в статье его попросту нет. Каким же образом в таком случае нам предстоит оценить владение автором проблематикой, как его подход вписывается (а возможно, и не вписывается) в исследовательский контекст соответствующей направленности. Странным образом отсутствует в начале работы описание методологии исследования, не определено содержание ключевых понятий – так, например, автор не раскрывает смысл понятия «музейное пространство»; музей – это понятно, а вот что такое музейное пространство: это внутренняя часть музея или же все-таки речь идет о целом музейном комплексе и т.д. Нет ясности и в использовании понятия «дизайн концепция»; это будет какой-то проект или это будет описание конкретного визуального ряда? Вопросы снова появляются в прогрессии, а автор, такое впечатление, все же не готов дать на них должные ответы.

К тому же научную гипотезу автор вообще связывает с совершенно другим явлением – брендом музея; хочется спросить: как автор намерен соотнести бренд музея, музейное пространство и «дизайн концепцию»? Вероятно, среди методов следует указать искусствоведческие, в противном случае набор только лишь общенаучных методов (например, логического анализа – который, кстати, у самого автора изрядно хромает несмотря на то, что выше я отметил, что названия частей работы помогают логику исследования проследить – но я погорячился с таким выводом). Автор не описывает свой выбор провинции Хэнань – и еще один вопрос повисает в воздухе. Чем примечательна эта провинция, почему выбор автора остановился именно на ней, какие музеи здесь представлены, в чем их специфика по сравнению с подобными и другими музеями? Далее в тексте совершенно растворилось понятие музейного пространства, закономерно автор утратил интерес к этому явлению, а я в свою очередь совершенно утратил интерес ко всей статье. Подозреваю, что и другие потенциальные читатели могут последовать моему примеру, что совсем плохо для такого рода материала. К сожалению, вполне добротный иллюстративный материал не спасает ситуацию, а скорее диссонирует с не очень выразительным, я бы сказал – скомканным повествованием автора. Нужны серьезные и неспешные корректизы, которые бы в корне улучшили данную статью.

## **Результаты процедуры повторного рецензирования статьи**

*В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.*

*Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).*

Предмет исследования, дизайн концепции выставочного пространства государственного музея провинции Хэнань (Китай), рассмотрен комплексно с целью модернизации концепции дизайна музейного пространства Хэнань и максимальной реализации его коммуникативной функции для дальнейшего продвижения бренда музея в области туризма и развития местной экономики. Автор проследил как историко-культурные традиции региона и современные практики брендирования музейно-выставочной деятельности могут гармонично сочетаться в целях комодификации культуры. В статье последовательно дана характеристика музея провинции Хэнань, основных исторических этапов его создания, проблем и перспектив развития его выставочной деятельности. В контексте анализа современных практик ребрендинга исторических музеев Юго-восточной Азии автор раскрыл творческий процесс разработки бренда и модернизации

концепции дизайна музеиного пространства Хэнань, подчеркнув, в том числе, взаимосвязь символики логотипа и фирменных носителей информации о музее и его выставочных проектов с задачами гармоничного структурирования музеиного пространства.

Методология исследования подчинена логике анализа и синтеза данных специальной литературы с целью их дальнейшего прикладного применения. Автор опирается на синтез логического и исторического подходов, осуществляя системный анализ элементов языка музеиных экспозиций и презентационных материалов. Проанализирован использованный для разработки бренда Хэнаньского музея ситуационный подход к организации среды музеиного пространства. На основе стилистического и сравнительного анализа описаны практики ребрендинга некоторых аналогичных музеев Юго-восточной Азии. По мнению рецензента, междисциплинарный методологический синтез автором применен обосновано и результативно. Само примененное авторское решение достойно дальнейшего масштабирования в практиках организации музеиного экспозиционного пространства.

Актуальность темы исследования обусловлена интенсивным развитием коммуникативных практик современного музея. В статье наглядно продемонстрирован положительный опыт комплексной организации выставочного пространства отдельного музея в контексте современных музеиных практик. Описанный опыт, безусловно, может быть применен центральными и провинциальными историческими музеями России. Поэтому статья без сомнений является актуальной и своевременной.

Научная новизна исследования, по мнению автора, заключается в анализе брендов южноазиатских музеев истории и культуры в целях ребрендинга отдельного музея в практике разработки проекта оригинальной дизайн-концепции выставочного пространства. Обоснованность предложенной трактовки выбора стилистических особенностей оригинальной дизайн-концепции выставочного пространства музея не вызывает сомнений.

Стиль в целом научный, хотя отдельные обороты речи, которых по тексту много, нуждаются в литературном редактировании (например, в высказывании: «В целом это пространство объединяет не только архитектурную основу, также визуальную оболочку музеиных экспозиций, в том числе их цифровое сопровождение (сайт, виртуальный тур)», — смысл ясен, но текст структурирован с ошибками согласования и пунктуации; подобных примеров много, поэтому рецензент рекомендует дополнительную литературно-редакционную вычитку статьи). Удачно и уместно в статье использованы иллюстрации, хотя в комментариях к рис. 7 есть вводящая читателя в заблуждение опечатка. Структура статьи раскрывает логику изложения результатов научного исследования и, в некоторой степени, сглаживает стилистические оплошности авторского языка в плане преподнесения информации. При доработке статьи рецензент рекомендует добавить раздел «Обсуждение», где рассмотреть несколько публикаций коллег за последние 5 лет, касающиеся развития музеиного пространства в музеях различных стран. Это значительно усилило бы научную ценность статьи.

По содержанию текста в основном замечания касаются литературной доработки в плане согласования членов предложения и, соответственно, пунктуации и/или упрощения сложных предложений.

Библиография и источники, учитывая в том числе опору автора на эмпирический материал, в целом отражают проблемную область исследования. Хотя в свете особой актуальности выбранной автором темы список можно и усилить публикациями за последние 5 лет из авторитетных международных журналов. Оформление описаний требует доработки согласно требованиям редакции.

Апелляция к оппонентам в целом корректна.

Представленная статья, с учетом её доработки, представляет интерес для читательской аудитории журнала «Культура и искусство».

## **Результаты процедуры окончательного рецензирования статьи**

*В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.*

*Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).*

В журнал «Культура и искусство» автор представил свою статью «Дизайн концепция выставочного пространства государственного музея провинции Хэнань», в которой проведен анализ современного состояния музейного комплекса и потенциальные пути его развития.

Автор исходит в изучении данного вопроса из того, что современный музей является важным механизмом сохранения и трансляции культурного наследия определенного народа. Дизайн музейного пространства является одним из наиболее важных способов привлечения посетителей. Музейное пространство создается с помощью определенных экспозиционных приемов, материалов, предназначено для раскрытия смысла, посыла экспозиции. В целом это пространство объединяет не только архитектурную основу и выставочные проекты, но и их цифровое сопровождение в виде сайта, виртуального тура для дистанционного доступа. Музей, согласно мнению автора, также является общественным местом, где люди получают культурное образование, проводят досуг. Следовательно, необходимо создавать функционально удобную среду для посещения, максимально привлекая внимание посетителей, пробуждая желание исследовать культурные реликвии, экспонаты.

Актуальность данного вопроса определяется необходимостью привлечения внимания к музейной деятельности в целях сохранения объектов культурного наследия и популяризации уникальной китайской культуры.

Цель данного исследования заключается в разработке новой концепции дизайна музейного пространства Хэнань, зала музыкальных инструментов Великого Шелкового пути, а также в разработке рекомендаций для дальнейшего продвижения бренда для повышения туристической привлекательности и развития местной экономики. Объектом исследования является музей провинции Хэнань, Китай, предметом является влияние бренда музея на популяризацию древнекитайской культуры. Для достижения цели автором статьи ставятся следующие задачи: сделать анализ современного состояния бренда некоторых азиатских музеев истории, культуры; определить особенности развития музея провинции Хэнань; выявить исторические аспекты существования культуры Великого Шелкового пути, определить и разработать компоненты новой концепции дизайна для музейного пространства провинции Хэнань на примере зала Музыкальные инструменты Великого Шелкового пути; создать логотип музея, рекламной, полиграфической продукции.

Теоретическим обоснованием исследования послужили труды таких ученых как Щербина А.В., Майстровская М.Т., Аббасов И.Б., Сунь Вэйи, Скаварелли А. и др. Методологическую базу исследования составил комплексный подход, содержащий общенаучные методы, социокультурный, исторический, компаративный, системный анализ. Научная новизна и практическая значимость исследования заключается в анализе бренда южно-азиатских музеев истории, культуры в целях ребрендинга данного музея, в разработке проекта оригинальной дизайн-концепции зала выставочного пространства Хэнаньского музея.

Для формирования у читателя целостной картины автор представляет информацию по истории, географическому положению провинции Хэнань, а также дает общение

сведения по созданию, развитию и современному состоянию музея.

Опираясь на работу исследователей музейного дела, автор представляет анализ образовательной, социальной и культурной роли музея в современном мире, процесса трансформации современного музея в перспективный центр мультикультурной коммуникации. Автором исследуется важность процесса дизайн-проектирования музейных экспозиций в едином ключе, включая размещение выставочных объектов, освещение, издание полиграфической и сувенирной продукции. Как подчеркивает автор, в современной музейной деятельности не только нельзя недооценивать роль мультимедийных и информационных технологий, но и стараться как можно шире использовать их при экспозиционной деятельности. По мнению автора, новые технологии могут оказать неоценимую помощь в формировании системы визуальной идентификации выставки, так как они позволяют использовать широкий спектр каналов передачи информации, в том числе цифровые. Это дает возможность усилить интерактивные возможности выставочного проекта, заинтересовать потенциальную аудиторию, обеспечить максимальный интерес к проекту даже тех, кто физически не может его посетить.

Автором также проведено сравнительное исследование исторических музеев Юго-Восточной Азии. Для сравнения и анализа были отобраны десять крупных профильных музеев Японии, Кореи, Таиланда, Малайзии, Индонезии. Автором составлены таблицы с логотипом, экстерьером, интерьером, носителями бренда, фирменными цветами этих музеев.

Особое внимание автором уделено выработке рекомендаций по ребрендингу музея провинции Хэнань, разработке фирменного логотипа, узора, полиграфической продукции в едином узнаваемом стиле. Также был предложен дизайн сайта Хэнаньского музея, который сейчас является важным направлением развития оцифровки экспонатов, и последующего ознакомления с коллекцией музея. Автором разработан детальный трехмерный дизайн-проект выставочного зала «Музыкальные инструменты Великого Шелкового пути» с учетом архитектурных особенностей, материалов, текстуры, источников освещения. Все наработки автора, указанные в статье, проиллюстрированы табличным и графическим материалом.

Проведя исследование, автор приходит к выводу, что для реализации разработанных проектов необходимо обращение к историческим источникам, органичное сочетание традиционного культурного наследия с современными технологиями.

Представляется, что автор в своем материале затронул актуальные и интересные для современного социогуманитарного знания вопросы, избрав для анализа тему, рассмотрение которой в научно-исследовательском дискурсе повлечет определенные изменения в сложившихся подходах и направлениях анализа проблемы, затрагиваемой в представленной статье.

Полученные результаты позволяют утверждать, что изучение особенностей формирования современного музейного пространства представляет несомненный теоретический и практический культурологический интерес и может служить источником дальнейших исследований.

Представленный в работе материал имеет четкую, логически выстроенную структуру, способствующую более полноценному усвоению материала. Этому способствует и адекватный выбор методологической базы. Автор выполнил поставленную цель, получил определенные научные результаты, позволившие обобщить материал. Библиографический список состоит из 32 источников, в том числе и иностранных, что представляется достаточным для обобщения и анализа научного дискурса по исследуемой проблематике.

Следует констатировать: статья может представлять интерес для читателей и

заслуживает того, чтобы претендовать на опубликование в авторитетном научном издании.