

УДК 008

DOI: 10.34670/AR.2023.98.75.023

Вдохновение иммерсивного медиаискусства в методах музейной экспозиции на примере музея «teamLab»

Чжан Хайчао

Аспирант,
Центр исследований белорусской культуры, языка и литературы
Национальной академии наук Беларуси,
220072, Республика Беларусь, Минск, ул. Сурганова, 1;
e-mail: Haichao@mail.ru

Аннотация

Понятие «иммерсия» и желание «погрузиться в произведение искусства» возникли еще до футуристов. Желание преодолеть перцептивные границы, «увидеть» музыку, «услышать» картины, «прикоснуться» к слову – это то, что вдохновляло философов и искусствоведов во все времена. Стремление к мультисенсорному восприятию испытывали самые разные художники и теоретики в самых разных контекстах и в разные периоды времени. Процесс «иммерсия» в искусство уникален для зрителя благодаря интеграции сенсорных восприятий. Это искусство дает возможность перенести зрителя в видимый, осязаемый и слышимый «нематериальный» художественный опыт. Этот тип выставочного дизайна порывает с традиционными представлениями о панорамном искусстве и пытается создать более интимную и чувственную связь между зрителем и произведением искусства. В современную эпоху иммерсивное искусство получило развитие благодаря появлению технологии teamLab – коллекции произведений искусства, объединенных с технологией голографической проекции, алгоритмическим программированием и интерактивным опытом.

Для цитирования в научных исследованиях

Чжан Хайчао. Вдохновение иммерсивного медиаискусства в методах музейной экспозиции на примере музея «teamLab» // Культура и цивилизация. 2023. Том 13. № 10А. С. 220-227. DOI: 10.34670/AR.2023.98.75.023

Ключевые слова

Иммерсивные среды, цифровое искусство, музейная экскурсия, teamLab, искусство и технологии, иммерсия, мультисенсорное искусство, Gesamtkunstwerk, художественное произведение, синтез искусств, инсталляция, современное искусство, музеефикация.

Введение

В своем исследовании иммерсивного опыта в музеях Е.И. Киселёва [Киселёва, 2020] рассматривает, как музеи взаимодействовали со своей аудиторией в XX и XXI вв. и как изменились образ, роль и функции музеев, особенно в связи с развитием иммерсивного искусства. Автора интересует, как с развитием иммерсивного искусства музеи добились более глубокого погружения и чувственного опыта для своей аудитории и как это повлияло на определение и роль музеев. Кроме того, в статье рассматривается сложность определения современных произведений иммерсивного искусства в свете многочисленных коннотаций понятия «погружение». Автор отмечает, что изменения в музеях тесно связаны с развитием иммерсивного искусства, которое больше не опирается исключительно на «видение и мышление», а делает акцент на «чувствовании и участии». Такие сенсорные ощущения, как звук, запах, прикосновение и самоощущение, играют ключевую роль в музейных программах. В работе описывается первое появление концепции погружения и приводятся примеры, например, иммерсивная инсталляция Лучо Фонтана "Ambiente spaziale a luce nera" («Окружение черного света»), созданная в 1949 году в миланской галерее Galleria Navileone, в которой затемненная комната украшена абстрактными объектами, покрытыми флуоресцентной краской. В работе использованы свет, звук, радиоволны, телевидение, неон, а также отказ от традиционных форм искусства.

Е.В. Шлиенкова [Шлиенкова, Kaygorodova, 2023] исследовала эволюцию иммерсивности в музейной среде от примитивных интерфейсов (петроглифы, фрески, охота на виртуальные мишени) до мета-визуализаций (новые медиа и музеи без стен, материальные объекты, передающие нематериальные ценности). Автор рассматривает классификации, основанные на музейных средах, в том числе предмузейные коллекции (первобытные общества/первобытные музеи, древний мир/первобытные музеи-храмы/сокровищницы, средневековые/первобытные музеи-театры). Она описывает музеефицированную среду различных эпох, включая музеи первобытных обществ, древние храмы/сокровищницы и средневековые театры. Автор подчеркивает важность погружения как фундаментального способа человеческого восприятия и познания, начиная с ранних изображений и картин и заканчивая современными новыми медиа и музеями без стен. В работе рассматривается вопрос о том, как создать более качественный иммерсивный опыт, предлагаются два подхода к проектированию: человекоцентричный, направленный на расширение человеческого восприятия и сенсорного опыта, и самосозидательный, основанный на приоритете «машинного восприятия», нацеленный на создание автономных систем.

При изучении литературы, посвященной технологии teamlab, были найдены работы Лю, Чинчен [Liu Chinchin, 2019] и Сюй А. [Xu, 2020]. Статья Лю, Чинчен «Исследование teamLab» посвящена teamlab и рассматривает особенности творчества teamlab, его аудиторию и связь с традиционным искусством. Автор исследует тенденции в современном искусстве и будущее искусства. Автор приходит к выводу, что teamLab представляет собой новую эру искусства, созданную таким образом, чтобы сочетать науку и технологии и пользоваться популярностью у аудитории во всем мире. Концепция современного искусства перешла от традиционного «малого искусства», состоящего из отдельных стилей, к более масштабному «большому искусству», состоящему из произведений, выставок и социальных интервенций. Процесс производства произведений искусства перешел от индивидуального самовыражения к реализации и управлению проектами, аналогично производственному процессу в

киноиндустрии, требующему многоуровневых человеческих ресурсов. teamLab добилась успеха в управлении проектами и бизнес-операциями, адаптируясь к потребностям искусства в эпоху Интернета.

А. Сюй в своей работе рассматривает инновационную модель, внедренную компанией teamLab в сфере искусства, изучает ее эффективность в контексте анализа бизнес-моделей и динамики креативной индустрии, а также использует подход дизайн-мышления для сравнения процессов создания и распространения в сферах искусства и дизайна. Авторы обнаружили, что инновации Team Lab проявляются на трех уровнях – продукты, услуги и бизнес-модели. Постепенный переход от создания практичных коммерческих работ к произведениям искусства, включающим в себя как функциональность, так и эстетику, отражает их эволюцию от B2B к B2C-подходу к производству произведений искусства. Кроме того, они решили проблемы восприятия искусства через художественные произведения, разработали выставки, которые соединяют тело зрителя с концепцией, и расширили свой бизнес от B2B-бизнеса в инженерном секторе до поставщика продуктов (B2C) и поставщиков художественных услуг (B2C) в художественном секторе. В статье В.Ю. Себрукович [Себрукович, 2020] говорится о том, что благодаря развитию цифровых технологий художественные музеи меняют традиционные методы представления классического и современного искусства и находят новые способы общения со своими посетителями как в выставочных залах, так и за их пределами. Цифровое «культурное наследие» доступно посетителям со всего мира, а новые способы представления произведений искусства с использованием виртуальной и дополненной реальности, интерактивных объектов и мультимедийных проекций помогают привлечь и стимулировать интерес широкой аудитории к искусству.

В статье Н.В. Лапко отмечается, что с развитием цифровых технологий художественные музеи меняют традиционный способ представления классических и современных произведений искусства и ищут новые пути общения с аудиторией как внутри, так и вне выставочных залов [Лапко, 2020]. Цифровое «культурное наследие» доступно глобальной аудитории, а новые способы представления произведений искусства с использованием виртуальной и дополненной реальности, интерактивных объектов и мультимедийных проекций помогают привлечь и стимулировать интерес широкой аудитории".

Е.В. Шлиенкова и др. в своей статье отмечает, что погружение в архетипические музеи и музейные среды имеет свою историю развития: от архетипических интерфейсов с фресками, наскальной живописью, замаскированными охотничьими мишенями до мета-визуализации (новые медиа и музеи без стен, где материальные объекты передают нематериальные ценности) [Луо Кэсин, Ван Циншэн, 2022]. Анализируя эволюцию стратегий организации пространства и информации, можно сделать вывод, что перцептивная и когнитивная природа иммерсивности также меняется. На основе доминирующих визуальных практик выведены понятия «архетипический музей места», «архетипический музей времени», «архетипический музей объекта» и соответствующие иммерсивные сценарии.

Кексинг Луо и Циншенг Ванг отмечают, что музеи стали новым способом привлечения посетителей путем создания иммерсивного контентного опыта с помощью постоянных инноваций, таких как ролевые игры и IP-музеи. Статья получает данные с помощью краулеров и обнаруживает, что туристы ориентированы на иммерсивный опыт и имеют положительное отношение к нему; анализ тематических моделей показывает, что инновации музеев и внимание к потребностям туристов могут способствовать развитию иммерсивного опыта; анализ сетевых запросов показывает, что музеи или мероприятия с иммерсивным опытом растут год от года

[Хуа Цзянь, Чэнь Цинхэ, 2019]. В результате анкетного опроса и статистического анализа был сделан вывод о том, что доход мало связан с посещением иммерсивных музеев, а посетителей можно разделить на четыре категории и сделать другие выводы, что дает музеям рекомендации по проектированию опыта

Хуа Цзянь и Чэнь Цинхэ отметили, что иммерсивный опыт – это новый способ слияния культуры и науки и техники, а также новый стиль культурной индустрии, имеющий передовые позиции и способствующий росту. Для развития этой сферы Китаю необходимо содействовать интеграции научно-технических и культурных инноваций, уделять внимание потребностям молодого поколения и собирать глобальные инновационные ресурсы, открываясь внешнему миру" [Shi, 2020]

Т. Ши на примере дизайна взаимодействия в музее цифрового искусства Borderless [Бондаренко, 2014] анализирует проявление и развитие дизайна взаимодействия в иммерсивных художественных выставках с целью изучения эстетических характеристик и эстетических образов дизайна взаимодействия и выработки рекомендаций для практики проектирования. В статье утверждается, что интерактивный дизайн меняет одноразовый режим просмотра традиционных выставок и реализует возможность интерактивного диалога, возникающего благодаря разносторонней деятельности аудитории. Новые цифровые технологии являются важнейшей характеристикой эстетического опыта музея цифрового искусства Boundless.

Сравнение исследований

Большинство статей (например, [Киселёва, 2020; Liu Chinchun, 2019; Ху, 2020; Луо Кэсин, Ван Циншэн, 2022; Хуа Цзянь, Чэнь Цинхэ, 2019; Shi, 2020]) посвящено влиянию иммерсивного искусства или опыта на музеи и художественные выставки. В нескольких статьях рассматривается вопрос о том, как оцифровка меняет музеи ([Себрукович, 2020]). Только одна статья [Шлиенкова, 2023] посвящена исторической эволюции иммерсивности.

В ряде статей для исследования выбраны типичные объекты, такие как TeamLab ([Liu Chinchun, 2019; Ху, 2020), китайские музеи ([Луо Кэсин, Ван Циншэн, 2022]), художественные музеи ([Лапко, 2020]). Есть также статьи, в которых рассматриваются концептуальные варианты иммерсии или оцифровки, например [Киселёва, 2020; Шлиенкова, Kaigorodova, 2023; Себрукович, 2020; Хуа Цзянь, Чэнь Цинхэ, 2019].

В большинстве статей подчеркивается, что иммерсивное искусство или опыт могут повысить интерактивность, вовлеченность и привлекательность музеев ([Киселёва, 2020; Лапко, 2020; Луо Кэсин, Ван Циншэн, 2022; Shi, 2020]). В нескольких статьях анализируются бизнес-модели иммерсивного опыта ([Liu Chinchun, 2019; Ху, 2020]) и последствия для индустрии культуры ([Хуа Цзянь, Чэнь Цинхэ, 2019]). Лишь в одной статье [Шлиенкова, Kaigorodova, 2023] природа иммерсивного визуального опыта рассматривается на более глубоком уровне.

В целом, в этих статьях изучалось влияние иммерсивного искусства на музейную практику как на теоретическом уровне, так и на уровне типичных примеров. Однако исследований, посвященных бизнес-модели и функционированию иммерсивных музеев, гораздо меньше. В будущем можно будет глубже изучить культурный подтекст иммерсивного опыта и его устойчивое развитие.

Что касается иммерсивного опыта в музеях, то teamlab упоминается в статьях [Liu Chinchun, 2019; Ху, 2020; Shi, 2020], и сходства и различия в исследовательских перспективах и содержании этих статей обобщаются на примере teamlab.

Общие черты:

- 1) Все они выбирают teamlab в качестве типичного примера для изучения иммерсивного опыта.
- 2) В обеих обсуждаются инновации teamlab в области сочетания технологий и искусства.
- 3) В обеих упоминается, что teamlab совершила переход от инженерной компании к художественной команде.

Отличия:

- 1) Разные точки зрения, некоторые анализируются с точки зрения бизнес-модели [Liu Chinchon, 2019; Xu, 2020], некоторые – с точки зрения эстетики дизайна взаимодействия [Shi, 2020].
- 2) Различное содержание: в одних статьях анализируются продукты, услуги и инновации бизнес-модели teamlab [Xu, 2020], в других – методы взаимодействия [Shi, 2020].
- 3) Некоторые статьи посвящены развитию и инновациям самой teamlab [Liu Chinchon, 2019; Xu, 2020], а некоторые рассматривают teamlab как пример для изучения иммерсивных художественных выставок [Shi, 2020].
- 4) Методы различны: от количественного анализа [Xu, 2020] до качественного анализа в форме искусствоведения [Shi, 2020].
- 5) Выводы различны: в одних статьях teamlab более позитивно оценивается как будущее искусства [Liu Chinchon, 2019], в других утверждается, что его место в общей художественной среде неясно [Xu, 2020].

Таким образом, все эти статьи, посвященные исследованию командной среды, рассказывают об использовании teamlab в иммерсивных художественных выставках, однако существуют некоторые различия в конкретных перспективах исследования и содержании выводов. Это в полной мере отражает разнообразие академических исследований.

Выводы и сравнительный анализ

Исследования в России

В литературе [Шлиенкова, Kaigorodova, 2023; Себрукович, 2020] встречаются статьи из России. Большинство из них посвящено изучению того, как информационные технологии изменили способы презентации, использование пространства и впечатления посетителей от посещения музеев с точки зрения дигитализации. Например, в [Себрукович, 2020] анализируется использование цифрового контента в музеях, а в [Лапко, 2020] рассматриваются изменения, которые цифровые технологии привнесли в художественные музеи. В целом, в отечественных исследованиях больше внимания уделяется инновационному применению информационных технологий и цифровизации в музейной практике.

Зарубежные исследования

В литературе [Киселёва, 2020; Liu Chinchon, 2019; Xu, 2020; Луо Кэсин, Ван Циншэн, 2022; Хуа Цзянь, Чэнь Цинхэ, 2019; Shi, 2020] представлены зарубежные исследования. Эти работы включают теоретический анализ с точки зрения концепций искусства и эстетики, а также тематические исследования и эмпирические исследования. Перспективы исследования включают в себя бизнес-операции, проектирование взаимодействия и т.д. В целом, зарубежные исследования сочетают теорию и практику и отличаются более объемным мышлением в отношении иммерсивных музеев.

В заключение следует отметить, что исследования иммерсивных музеев в России и за рубежом имеют разную направленность, но все они способствуют развитию этой новой области.

Заключение

В целом, иммерсивное искусство развивается благодаря тому, что оно продолжает отходить от традиционных представлений о панорамном искусстве, пытаясь создать более интимную и эмоциональную связь между зрителем и произведением искусства. Появление teamLab позволило сделать следующие выводы о выставках иммерсивного искусства:

1. Сочетание искусства и технологий: успех teamLab показывает, что сочетание искусства и технологий позволяет создавать увлекательные и захватывающие художественные впечатления. Благодаря использованию цифровых технологий, проекции, датчиков и других передовых технологий художники могут расширить границы традиционного искусства и создать уникальные и увлекательные выставки.

2. Опыт участия: выставки teamLab побуждают зрителей к активному участию, а не просто к пассивному наблюдению. Такая интерактивность создает более глубокий эмоциональный опыт и позволяет зрителю стать частью искусства.

3. Трансграничное сотрудничество: партнерские отношения teamLab с корпорациями, организациями и инвесторами обеспечивают финансирование и поддержку его творений и выставок. Такое трансграничное сотрудничество помогает художникам и кураторам создавать более смелые проекты, привлекающие широкую аудиторию.

4. Расширение рынков: бизнес-модель teamLab включает в себя не только товарный бизнес (продажа произведений искусства), но и сервисный (выставки и мероприятия). Такая диверсифицированная бизнес-модель позволяет привлечь различные типы аудитории и создать более широкий рынок.

5. Частные музеи и цифровое искусство: успех частного музея teamLab "TeamLab Borderless" показал, что частные организации могут быть популяризаторами и распространителями цифрового искусства. Такая модель может способствовать дальнейшему развитию цифрового искусства.

Библиография

1. Бондаренко А.В. Интуиция и творчество // Историческая и социально-образовательная мысль. 2014. Т. 6. № 6-2. С. 50-54.
2. Киселёва Е.И. Иммерсивное искусство как Gesamtkunstwerk в современном музее: инструменты художников и кураторов // Актуальные проблемы теории и истории искусства. 2020. №. 10. С. 715-726.
3. Лапко Н.В. Новые технологии в современной экспозиционной практике художественных музеев. 2020. 865 с.
4. Луо Кэсин, Ван Циншэн. Исследование развития музейного туризма в Китае на основе иммерсивного опыта // Устойчивое развитие. 2022. Т. 12. С. 1086.
5. Себрукович В.Ю. Коммуникативный аспект цифровой трансформации музеев. 2020. 240 с.
6. Хуа Цзянь, Чэнь Цинхэ. Иммерсивный опыт: новый бизнес-режим для интеграции культуры и технологий // Журнал Шанхайского университета финансов и экономики. 2019. Т. 21. №. 10. С. 18132.
7. Шлиенкова Е.В., Kaygorodova K.V. Protomuseum – immersion – proto – spectator. Visual nature of immersivity. Spatial and sensual experience // Urban construction and architecture. 2023. Vol. 13. No. 1. P. 158-165.
8. Liu Chinchun. teamLab Research. 2019. MA Theses.
9. Shi T. Research An the Aesthetic Image of Interaction Design in Immersive Art Exhibition – Take Teamlab Borderless Digital Art Museum as an Example // International Journal of Social Science and Education Research. 2020. Vol. 3. No. 12. P. 429-435.
10. Xu A. Innovations in Art Through the Lens of Business Model Analysis and the Dynamics of Creative Industries: A Case Study of TeamLab. 2020.

Inspiration of immersive media art in museum exhibition methods on the example of the teamLab museum

Zhang Haichao

Postgraduate Student,
Belarusian Center for Culture, Language, and Literature Research
of the Belarusian National Academy of Sciences,
220072, 1 Surganova str., Minsk, Republic of Belarus;
e-mail: Haichao@mail.ru

Abstract

The concept of "immersion" and the desire to "immerse oneself in a work of art" predate the Futurists. The desire to transcend perceptual boundaries, to "see" music, to "hear" paintings, to "touch" words – this is what has inspired philosophers and art historians throughout the ages. The desire for multisensory perception has been experienced by a wide variety of artists and theorists in a wide variety of contexts and time periods. The process of "immersion" into art is unique to the viewer due to the integration of sensory perceptions. This art offers the opportunity to transport the viewer into a visible, felt and audible "immaterial" art experience. This type of exhibition design breaks with traditional notions of panoramic art and attempts to create a more intimate and sensual connection between the viewer and the artwork. In the modern era, immersive art has evolved with the emergence of teamLab technology, a collection of artworks combined with holographic projection technology, algorithmic programming, and interactive experiences. heated discussions .

For citation

Zhang Haichao (2023) Vdokhnovenie immersivnogo mediiskusstva v metodakh muzeynoy ekspozitsii na primere muzeya «teamLab» [Inspiration of immersive media art in museum exhibition methods on the example of the teamLab museum]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 13 (10A), pp. 220-227. DOI: 10.34670/AR.2023.98.75.023

Keywords

Immersive environments, digital art, museum tour, teamLab, art and technology, immersion, multisensory art, Gesamtkunstwerk, total artwork, art synthesis, installation, contemporary art, museification.

References

1. Bondarenko A.V. (2014) Intuitsiya i tvorchestvo [Intuition and creativity]// Istoricheskaya i sotsial'no-obrazovatel'naya mysl' [Historical and social-educational thought], 6 (6-2), pp. 50-54.
2. Hua Jian, Chen Qinghe (2019) Immersivnyy opyt: novyy biznes-rezhim dlya integratsii kul'tury i tekhnologii [Immersive experience: a new business mode for the integration of culture and technology]. Zhurnal Shankhayskogo universiteta finansov i ekonomiki [Journal of Shanghai University of Finance and Economics], 21 (10), pp. 18132.
3. Kiseleva E.I. (2020) Immersivnoe iskusstvo kak Gesamtkunstwerk v sovremennom muzee: instrumenty khudozhnikov i kuratorov [Immersive art as Gesamtkunstwerk in the modern museum: tools of artists and curators]. Aktual'nye problemy teorii i istorii iskusstva [Current problems of theory and history of art], 10, pp. 715-726.
4. Lapko N.V. (2020) Novye tekhnologii v sovremennoy ekspozitsionnoy praktike khudozhestvennykh muzeev [New technologies in modern exhibition practice of art museums].

-
5. Liu Chinchun. teamLab Research. 2019. MA Theses.
 6. Luo Kexin, Wang Qingsheng (2022) Issledovanie razvitiya muzeynogo turizma v Kitae na osnove immersivnogo opyta [Study of the development of museum tourism in China based on immersive experience]. Ustoychivoe razvitie [Sustainable Development], 12, p. 1086.
 7. Sebrukovich V.Yu. (2020) Kommunikativnyy aspekt tsifrovoy transformatsii muzeev [Communication aspect of digital transformation of museums].
 8. Shi T. (2020) Research An the Aesthetic Image of Interaction Design in Immersive Art Exhibition – Take Teamlab Borderless Digital Art Museum as an Example. International Journal of Social Science and Education Research, 3 (12), pp. 429-435.
 9. Shlienkova E.V., Kaygorodova K.V. (2023) Protomuseum – immersion – proto – spectator. Visual nature of immersivity. Spatial and sensual experience. Urban construction and architecture, 13 (1), pp. 158-165.
 10. Xu A. (2020) Innovations in Art Through the Lens of Business Model Analysis and the Dynamics of Creative Industries: A Case Study of TeamLab.