

средствами, технологиями и подлинными экспонатами, рождают новые нарративы. При таком подходе каждая мультимедийная инсталляция становится уникальной, потому что это не просто компиляция с мультимедийной техникой и видео, это всегда композиционно выверенная история, дополнение к концептуальному образу, его составная и неотъемлемая часть.

Как и во всех творческих процессах, безусловно, талант главного архитектора, проектировщика, стоящего во главе всего процесса, очень важен. Но новая экспозиционная реальность рождается силами разных специалистов, общая задача которых со стороны своей компетенции положить свой особый «кирпичик» в общий собор. Помните притчу о двух каменщиках? Один из них на вопрос о том, что он делает, отвечает, что везет тележку с кирпичами. А другой — что он строит Руанский собор. Вот когда удастся наладить командную работу, когда каждый понимает значимость своих усилий в общем процессе, тогда и результат получается ошеломительный.

Г: Вашими заказчиками часто становились государственные структуры. Можете ли вы что-то сказать о влиянии музея на экономику?

Е. М.: Можно с уверенностью сказать, что те музеи, которые мы создавали в регионах, ощутимо влияют на их экономическое развитие, так как благодаря музеям развивается региональный туризм. Существуют градообразующие предприятия, мы же можем смело сказать, что наши музеи — это своего рода градообразующие культурные центры, точки притяжения. Так, например, в Белгородской области на площадке музея-заповедника «Прохоровское поле» нами в разные годы созданы последовательно три музея на военно-историческую тематику. Каждый из них имеет свой характер, свою тему и оригинальную художественную концепцию. Вполне закономерно, что теперь в Прохоровку постоянно приезжают организованные группы, и таким образом не только формируется историческая память поколений, но и выполняется запрос на продвижение территории. Такая же история с экспозицией в Донском военно-историческом музее Ростовской области, которую создавала наша компания. Инвестиции в музеи для регионов — это всесторонне выгодное вложение, способное влиять на туристические потоки и улучшать экономическую ситуацию.

Кроме того, корпоративные, технические и естественно-научные музеи влияют на экономику в долгосрочной перспективе — профориентационная функция музеев направляет молодежь в инженерные профессии, стимулирует их получать высшее образование, создавая плеяду высококвалифицированных кадров, исследователей, ученых, тем самым повышая и качество жизни, и производительность. Этот отложенный эффект сработает через 10–20–30 лет, повысив уровень жизни всего государства.

Г: Корпорация — это часто закрытая история, есть ли запрос на открытость со стороны корпоративного музея?

Е. М.: Музеи сейчас часто создаются для того, чтобы привлечь как можно больше внимания к своей сфере, это пространство открытости, открытого общения компании или структуры с обществом. Здесь решается широкий спектр задач — от привлечения дополнительных инвестиций, поиска партнеров до формирования и укрепления штата отраслевых специалистов. Так, выставкой к 100-летию гражданской авиации в России наш заказчик АО «Аэропорт Пулково» привлекает внимание к отрасли. Удивительно, но на сегодняшний момент в России это единственная выставка к авиационному юбилею, которая так масштабно представляет гражданскую авиацию во всех ракурсах. Здесь есть и исторический блок с канвой эволюции летательных аппаратов, развития маршрутов, инфраструктуры, летной формы в связи с событиями общей истории страны. Самый большой и впечатляющий на выставке технический раздел. Посетитель может познакомиться с устройством самолета и вертолета. И это только начальный этап. После 2024 года планируется создание Национального музея гражданской авиации, и наша компания является автором концепции данного проекта.

Что касается Музея железных дорог России, как я уже упоминала, здесь политика открытости корпора-



ВЫСТАВКА «100 ЛЕТ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ РОССИИ», ТЕХНИЧЕСКИЙ БЛОК



МУЗЕЙ ЖЕЛЕЗНЫХ ДОРОГ РОССИИ, ИНСТАЛЛЯЦИЯ «РЕМОНТНОЕ ДЕПО»

ции ОАО РЖД реализуется с максимальной эффективностью. Притом что Музей железных дорог России используется сегодня как эффективная многоцелевая площадка для решения корпоративных задач компании, проведения различных приемов, конференций, презентаций и мероприятий уровня ПМЭФ, он является активным участником культурной и общественной жизни города, участником таких программ, как «Ночь музеев», «Пилар-Елка», площадки для проведения Гастрономической ассамблеи и многих других. Также среди наших кейсов открытых корпоративных музеев — это Музей истории денег в Анненском кавальере Петропавловской крепости (музей АО «Гознак»). Открытость — это актуальный тренд, здесь происходит объединение корпоративных и общенациональных интересов.

Г: Давайте еще поговорим о ваших подходах, а именно о подходе к мультимедийным технологиям.

Е. М.: Мы никогда не делаем ставку только на мультимедиа в отрыве от концепции и художественного решения, это всегда часть комплексной инсталляции. Мультимедийные технологии в музее не могут и не должны быть самодостаточными. В качестве примера могу привести масштабную мультимедийную инсталляцию «Лента времени» в Донском военно-историческом музее «Дон в Великой Отечественной войне 1941–1945 гг.» для музея-заповедника «Самбекские высоты». Это не просто показ кадров кинохроники на большом встроенном экране — это продуманный сценарий, идейное архитектурное решение, неслучайные детали. Инсталляция подытоживает экспозицию, и это очень эффектный и выверенный аккорд, пробирающий «до мурашек». Ради этого переживания точно стоит прийти в музей.

Еще один пример: для выставки гражданской авиации в Пулково сделана модель-реконструкция одного из первых самолетов «Гаккель-3» в натуральную ве-

личину, которая висит под куполом здания так, чтобы создавать иллюзию полета. Для музея бронетанковой техники «Прохоровское поле» в Белгородской области была создана 3D-модель танка Т34 в разрезе, которая показывает его конструкторские и технические особенности, дополненные 3D-маппингом и сложной инфографикой. В ходе работ над экспозицией музея «Битва за оружие Великой Победы» в Прохоровке был воссоздан макет монументального Ил-2 со снятой обшивкой корпуса для демонстрации устройства, систем вооружения, с действующими механизмами под управлением через сенсорные мультимедийные экраны.

И таких примеров можно привести много, они все достойные. Мультимедиа — это средство, которое позволяет заложить дополнительную информацию, функцию, «украсить» экспозиционный рассказ.

Г: Сколько времени требуется на создание музейного пространства?

Е. М.: В среднем проектирование объекта составляет от полугода до года в зависимости от метража и сложности экспозиционных задач. Специалисты за это время детально прорабатывают научную, архитектурную, смысловую составляющие. На реализацию объекта обычно требуется не менее 8–10 месяцев, в среднем на нее уходит около года. Но есть и более масштабные проекты. Например, экспозиция Музея железных дорог России была реализована нами за два года в 2017–2018 годах. А с военно-историческим музеем-заповедником «Прохоровское поле» наше сотрудничество по созданию объектов одного из крупнейших в стране историко-культурных центров, целого музейного кластера осуществлялось на протяжении более 15 лет. Так, в 2010 году был открыт Музей боевой славы Третьего ратного поля России. В 2015 году музеем оборудован первый в России тан-

кодром с открытым полигоном и трибунами для зрителей. В 2017 году была создана экспозиция Музея бронетанковой техники, в которой рассказывается, как развивалась инженерная мысль — от первых осадных бронебойных машин до современных инновационных танков. В 2020 году состоялось открытие нового музейного комплекса, посвященного подвигу советского народа в тылу «Битва за оружие Великой Победы». Наша команда работала над каждым этим проектом.

Г: Сколько на счету «Комбината» музеев и выставок? И какие из них самые значимые для вас?

Е. М.: Мы спроектировали и реализовали «под ключ» 11 новых музейных комплексов (площадью от 1,2 до 57 тыс. кв. м), а также более 170 выставок и экспозиционных пространств. Кроме тех, показательных примеров, о которых я уже говорила в связи с корпоративной темой, есть замечательные проекты классических музейных объектов, например, Музей театрального и музыкального искусства в Санкт-Петербурге, Музей музыки в Шереметевском дворце, где нами ведутся работы в настоящее время, создание музея литературного героя «Дом станционного смотрителя» в здании бывшей почтовой станции деревни Выра в Ленинградской области, где в 2022 году мы делали полную резекспозицию музея. Очень атмосферным получился выставочный проект к 200-летию со дня рождения Ф. М. Достоевского «Два века Достоевского» в здании Михайловского (Инженерного) замка — филиала Русского музея, открытый в 2021 году. Кроме того, есть проекты и концепции, по разным причинам не дошедшие до реализации, но с нашей стороны здесь всегда профессиональная и убедительная работа. Среди таких объектов, существующих пока только на бумаге: грандиозный проект Музея Мирового океана в Калининграде или социокультурное пространство «Историческое депо Сердоболь — Сортавала». К этим проектам мы еще вернемся, в них много вложено.

Г: Сколько человек в вашем коллективе?

Е. М.: В нашей компании около 40 человек. Причем на протяжении всего времени существования КМВИ коллектив менялся незначительно. Мы заинтересованы, чтобы специалисты с наработанными навыками и знаниями оставались в команде. Это вопрос качества и намерения работать на долгую перспективу. Перед каждым проектом мы тщательно изучаем рынок. Например, перед тем как создать музей РЖД, наша проектная команда посетила наиболее значимые европейские технические и железнодорожные музеи: Швейцарский национальный транспортный музей в Люцерне, Национальный железнодорожный музей и Национальный автомобильный музей Франции в Мюлузе, Музей Германских железных дорог и Музей индустриальной культуры в Нюрнберге, Германский паровозный музей в Нойенмаркте.

Погруженность в железнодорожную тему позволила вобрать опыт и, переработав его, сделать объект, который вошел в когорту лучших европейских технических транспортных музеев. Музей железных дорог России стал номинантом премии The European Museum of the Year Award 2019, а отдельные объекты в составе экспозиции становились победителями и призерами в своих направлениях, как, например, мультимедийная инсталляция «Исторический разрез вагона „Полонсо“», получившая в 2021 году серебро в номинации «Cultural Heritage and Culture Industry Design» в престижном международном дизайнерском конкурсе A'Design Award & Competition, который ежегодно проводится в Италии. Во II всероссийском конкурсе «Корпоративный музей» в 2019 году Музей ОАО РЖД получил Гран-при, а также стал лауреатом значимой номинации «Общественное признание».

Г: Какими основными принципами вы руководствуетесь в вашей работе?

Е. М.: Для нас самыми важными качествами являются любовь к своей работе, профессионализм и эрудиция, мы — перфекционисты по отношению к целому и к деталям. Миссия компании — создание экспозиционных пространств и объектов, каждый из которых должен стать лучшим для своего направления и времени. ■