

---

# MUSEION: ВЫСТАВКИ, ФОНДЫ, КОЛЛЕКЦИИ



**ЧЕНЦОВА Оксана Валериевна**

аспирант кафедры истории и философии образования,  
факультет педагогического образования  
Московского государственного университета  
имени М. В. Ломоносова,  
Москва, Российская Федерация

**Oksana V. CHENTSOVA**

Postgraduate Student,  
Lomonosov Moscow State University,  
Moscow, Russian Federation,  
[okcanaivanova@mail.ru](mailto:okcanaivanova@mail.ru)



УДК [069:316.77]+069.1  
ГРНТИ 13.51.11  
ВАК РФ 24.00.03

DOI: 10.36343/SB.2019.20.4.013

**Отечественные музеи в условиях  
интерактивности: современные  
тенденции развития музейной  
образовательной среды**

**Domestic Museums in the Conditions  
of Interactivity: Modern Trends  
in the Development of the Museum  
Educational Environment**

В статье рассмотрены основные тенденции развития современной отечественной образовательной среды музея, ориентированной на переход к коммуникативной модели взаимодействия с аудиторией (описанной канадским ученым Д. Ф. Камероном), при которой посетитель является активным познающим субъектом, вовлеченным в интерактивное пространство музея. Автор проанализировала культурно-образовательную деятельность наиболее посещаемых (по статистике Министерства культуры РФ) отечественных музеев и, опираясь на примеры из их практики, обозначила весомые изменения основных компонентов образовательной среды музея – пространственно-предметного, социального, психодидактического, – а также дала качественные характеристики современной молодежи как целевой аудитории музея.

*Ключевые слова:* музей, образовательная среда музея, эдьютейнмент, коммуникативная модель музея, интерактивные технологии музея.

На протяжении всей истории культуры музейное дело и образование шли бок о бок, в одинаковой степени способствуя сохранению базовых ценностей человечества, передавая от поколения к поколению накопленные знания и опыт. В постиндустриальную эру, с повсеместным распространением информационных технологий и появлением сети Интернет, институт культуры претерпел значительные изменения. Сформированные в цифровую эпоху духовные потребности и сам способ мышления молодого поколения подтолкнули фундаментальные просветительские учреждения, такие как музей, школа, университет и т.д., к внесению «поправок» в форму своего существования. В чём состоят эти «поправки», автор и попыталась выяснить в настоящей статье.

Многовековая сущность музея, заключающаяся в сохранении и передаче культурного наследия, в наши дни дополняется поиском новых форм взаимодействия с посетителями. Еще в конце XX в. (в 1980–2000 гг.) в отечественной практике начала распространяться коммуникативная модель музея, описанная канадским ученым Д. Ф. Камероном (вслед за повсеместным «музейным бумом» 1960–1970-х гг.). В соответствии с этой моделью посетитель музея рассматривался как равноправный участник диалога [10, с. 16]. В период распада СССР и становления нового государственного строя музейные работники сфокусировали свое внимание на аксиологических задачах — поиске смыслов, ценностей, ориентиров развития — в сочетании с сохранением многовековых традиций и достижений культуры [10]. Иными словами, актуальным вопросом стало, «что» транслировать через музейные экспозиции, и по-прежнему вторичным оставалось, «каким образом». Поэтому полноценное развитие коммуникационной модели отечественного музея началось лишь в XXI в.

Для более глубокого понимания современных моделей взаимодействия с посетителями необходимо обратиться к исследованиям социологов, которые констатировали очередное изменение в качественной характеристике молодежи как аудитории музея, на которую следует опираться, чтобы идти в ногу

со временем. За поколением миллениалов, родившихся на границе двух тысячелетий, пришло поколение «Z», «WWW», или центениалы. Это первое поколение, рожденное в эпоху Интернета, цифровых технологий и виртуальной реальности, которому предрекают жизненный ресурс в сто лет. Соответственно, представители этого поколения обладают рядом специфических качеств и характеристик, которые их отличают от предшественников и которые должны учитываться музеем современного типа. К такого рода качествам следует отнести:

- погруженность в цифровой мир;
- принятие мультикультурности;
- гиперактивность;
- забота о собственной жизненной и информационной безопасности;
- клиповое мышление;
- визуальное восприятие информации [9, с. 50].

Возникновение поколения центениалов — это новый вызов для культуры, образования, которое, по сути, должно во многом стать опережающим. Это явление необходимо внимательно исследовать для поиска возможностей музея удовлетворять потребности современного поколения в обучении.

Изменения, диктуемые временем, вынуждают музей трансформировать свое пространство под современные реалии. Мы будем придерживаться определения, данного Р. Е. Пономаревым, понимающим под образовательным пространством прежде всего вид пространства, место, охватывающее человека и среду в процессе их взаимодействия, результатом которого является приращение индивидуальной культуры образующегося [7, с. 45]. Более того, музейное пространство всегда имманентно являлось и образовательной средой для посетителей, в связи с чем сегодня следует пересмотреть подход к просветительской функции музея.

*Итак, что такое музейное образовательное пространство? Это музейная образовательная среда, субъекты образовательного взаимодействия (сотрудники и посетители и пр.) и процесс взаимодействия субъектов между собой и средой.* В данной статье, мы будем понимать под образовательной средой,

согласно В. А. Ясвину, «систему влияний и условий формирования личности, а также возможностей для ее развития, содержащихся в социальном и пространственно-предметном окружении» [11, с. 6]. Автор определения выделил три основных структурных компонента образовательной среды: пространственно-предметный (архитектурные особенности зданий, оборудование, особая атрибутика и т. д.); социальный (особая, присущая лишь данному типу культуры «форма общности»); психодидактический (соответствующее содержание образовательного процесса, осваиваемые обучаемым способы действий, организация обучения). Какие изменения они претерпели под влиянием современных тенденций, мы попытаемся выяснить, проанализировав деятельность самых посещаемых отечественных музеев по последней статистике Министерства культуры РФ (за 2018 г.) [8].

Рассматривая пространственно-предметный компонент образовательной среды, особое внимание хотелось бы уделить возникновению такой современной технологии, как виртуальный музей. Под виртуальным музеем понимают «некую организацию, обладающую необходимой и достаточной программно-аппаратной платформой для сбора, хранения и представления общественности цифровых объектов — как реальных, так и их моделей» [4, с. 414]. Благодаря всеобщей цифровизации музеи в XXI в. становятся более доступными, а их деятельность — разнообразнее. Например, Государственный музей-заповедник «Петергоф» [3] предлагает знакомство с достоянием культуры с самых первых минут посещения его сайта: на стартовой странице включается виртуальный тур по территории музея, обеспечивая погружение в его культурно-образовательную среду. Далее заинтересованные лица могут ознакомиться с разделом «Мультимедиа», просмотрев фото и видео о наиболее значимых и зрелищных событиях музея-заповедника.

Таким образом, во-первых, стирается пространственная граница между объектами культуры и посетителями, во-вторых, происходит повсеместное распространение интерактивных площадок, позволяющих включить посетителя в процесс освоения пространства музея.

Политехнический музей Москвы разнообразил свою предметно-пространственную среду наличием специальных цифровых информационных терминалов с «оживающими» учеными-экспертами, обращающимися к посетителям по их желанию для разъяснения информации, а также, среди прочего, внедрил интерактивный экспонат — модель пульта управления запуском атомной бомбы, передающую атмосферу при ее взрыве (сначала площадка под ногами посетителей начинает вибрировать, нарастает гул двигателей самолетов, а затем, совершенно внезапно, вспыхивает ослепительный свет и раздается не похожий ни на что грохот). Подобный интерактивный подход позволяет аудитории быть максимально включенной в образовательный процесс, ознакомиться с некоторыми событиями, явлениями на своем чувственном опыте. А эмоциональный опыт — куда более сильный, чем какой-либо другой.

Второй компонент — социальный — характеризуется всевозможными интегративными процессами. Музеи активно взаимодействуют с другими учреждениями и сообществами (университетами, школами, детскими садами и пр.). Интересным моментом в данной практике является распространение экомузеев. Понятие «экомузей» появилось для обозначения музеев под открытым небом в начале 1970-х гг. во Франции. Подобные музеи (с учетом особенностей того или иного региона и его экологических проблем) ставили своими главными задачами сохранение национальной самобытности и возрождение механизма воспроизводства жизненных ценностей и культурных традиций. Экомузей — это и музей, и школа, и лаборатория, и место познавательного отдыха, в первую очередь, для местных жителей [6, с. 223]. Идея экологии и обращение к антропологической тематике, истокам культуры сплачивает их в создании и продвижения подобных музеев. Например, в 2018 году только на территории Москвы и Московской области возникло несколько экомузеев (плавающий Музей Москвы-реки, Музей леса на базе парка «Лосиный остров», Музей пчелы как совместный проект с Союзом пчеловодов России и павильон «Пчеловодство» на ВДНХ). Популярность таких

культурно-социальных проектов иллюстрируется официальным бизнес-предложением по приобретению франшизы парка-музея «Этномир» [9], являющегося не только этнографическим музеем, но и огромным парком развлечений, где можно примерить национальные костюмы, воочию ознакомиться с архитектурными особенностями изб, народным бытом, ремеслами, традициями, национальной кухней и т.д.

Кроме того, формируется специфичная коллаборация музейных научных сообществ (отечественных или зарубежных), участвующих в совместных проектах одной тематики. Данную тенденцию иллюстрирует общий тематический сайт (посвященный поездке Петра Великого в Шато де Версаль в 1717 г.) Национального музея-заповедника «Петергоф» и Национального музея-замка Версаль и Трианон [1; 3]. Подобные проекты, а также международные конференции, проводимые на базе разных музеев (в том числе Государственного Эрмитажа) при поддержке университетов и тематических сообществ, клубов, позволяют комплексно, с позиций разных культур ознакомиться с историческим событием.

Набирают популярность и сообщества вокруг образовательных курсов, открытых дискуссионных клубов по интересам на базе музеев (ярким примером создания тематических сообществ может служить деятельность музея современного искусства «Гараж»). Пользуется успехом пришедшая с Запада (в 2002 г.) и выросшая до масштабов всероссийской кампании с участием двух тысяч организаций акция «Ночь музеев», ежегодно привлекающая огромное количество посетителей и партнеров. В 2019 г. К акции присоединился Банк России, демонстрирующий богатую коллекцию предметов, связанных с историей денежного обращения.

С нарастанием культурного, образовательного, научного взаимообмена на базе музеев в современных условиях появляется необходимость продвижения и позиционирования музеями себя как бренда на рынке культурных, образовательных и развлекательных услуг. Соответственно, получает свое распространение разнообразная медиа- и офлайн-пир-продукция, в свою очередь задающая моду

на искусство (например, футболки, зонты и пр. с логотипами музеев и изображением предметов искусства). Помимо очного участия в мероприятиях музеев посетители могут присоединиться к тематическим сообществам в социальных сетях, привлекающим молодежь к культурным событиям. Причем далеко не каждое из этих сообществ создано маркетинговыми службами и сотрудниками музеев, многие появились благодаря «народной инициативе». Отслеживая молодежные тренды, музеи привлекают современных деятелей искусства к объединению в совместных проектах. Например, в 2018 г. Новой Третьяковской галереей для создания масштабной инсталляции в виде трёхметрового панно, посвященного открытию выставки работ Василия Верещагина в Москве, был приглашен художник-каллиграфист Покрас Лампас, работающий в жанре стрит-арт.

Еще в 1990-х гг. М. Б. Гнедовский писал про личностное восприятие образовательного процесса в музее [2], и сегодня мы можем наблюдать дополнение психодидактического компонента образовательной среды музея таким форматом, как эдьютейнмент, или развлекательное обучение. Слово «эдьютейнмент» произошло от английских слов «education» (образование) и «entertainment» (развлечение) представляет собой формат обучения, проходящего в форме игры. Развлекательное (увлекательное) образование — особый способ обучения, в котором профессиональная информация преподносится в яркой, запоминающейся форме [9, с. 54]. Одним из проявлений такого подхода стали современные квесты. Например, Мемориальный музей космонавтики проводит детские квесты, в ходе которых, разгадывая загадки и активно передвигаясь по экспозициям музея, посетители запоминают основные термины и получают базовые представления, касающиеся тематики освоения космического пространства, а в конце награждаются призом с логотипом музея, получая мощный заряд для дальнейшего самообразования.

Интерактивные технологии позволяют посетителю погрузиться в атмосферу музея, выбрать формат и темп освоения музейного пространства самостоятельно, не прибегая

к помощи экскурсовода. Например, Мульти-медиа Арт Музей Москвы (МАММ) часто прибегает к использованию в презентации своих экспозиций аудиоформата: посетитель, надевая наушники и нажав специальную кнопку у стенда экспоната, прослушивает подготовленную информацию о нем, не мешая окружающим, или в свободном маршруте погружается в атмосферу специально оборудованных отдельных комнат с демонстрацией мини-фильмов.

В свою очередь, экскурсоводы и деятели культуры для облегчения восприятия аудиторией специфической музейной информации, адаптируют ее под современную молодежь, делают подачу более непосредственной, «легкой», прибегая к юмору. Так, помимо очных экскурсий получают распространение подкасты об искусстве, где простым языком объясняются научные разработки культурологов, искусствоведов и др. Подкастинг (англ. «podcasting» — от «iPod» и англ. «broadcasting» — повсеместное вещание, широко вещание) — процесс создания и распространения звуковых или видеофайлов (подкастов) в стиле радио- и телепередач в Интернете (вещание в Интернете). Большой

популярностью пользуются, например, подкаст Музеев Кремля об истории царских пиров, искусствоведческий подкаст «Искусство для пацанчиков», подкасты о музейных деятелях современности Высшей школы экономики и т.д.

Таким образом, музей как развивающаяся культурно-образовательная система вносит изменения в свою образовательную среду с учетом появления новых цифровых технологий и особенностей восприятия, мышления нового поколения. Безусловно, проявление вышеописанных тенденций развития музейного пространства происходит исходя из возможностей финансирования, тематической специфики, архитектурно-территориальных особенностей, возможностей аудиторной загруженности и посещаемости. Однако постепенно они охватывают все большее количество музеев. Музеи становятся заинтересованными в расширении своей целевой аудитории за счет привлечения молодого поколения, которое требует в условиях цифровой цивилизации новых и разнообразных форматов взаимодействия, основанных на интеграции традиционных и нетрадиционных репрезентаций ценностей.

**Oksana V. CHENTSOVA**

***Domestic Museums in the Conditions of Interactivity: Modern Trends in the Development of the Museum Educational Environment***

**Abstract.** The widespread introduction of information technologies and the Internet, which developed in the post-industrial era, and changes in the centennials' consciousness and thinking force museums as fundamental institutions of culture and education to significantly alter their functioning. The communicative model of the museum described by the Canadian researcher D.F. Cameron, in which a museum visitor is seen as an equal participant in the dialogue, came into domestic practice somewhat later than into the western one, and continues to this day. The author of the article analyses the development trends of the most visited domestic museums, according to the latest statistics of the Ministry of Culture of the Russian Federation for 2018, in the context of considering educational environment as part of the cultural and educational space of the museum. According to V.A. Yasvin, educational environment includes three structural components: space-and-object (architectural features of buildings, equipment, special attributes, etc.), social (special "community form" inherent in this type of culture), psychodidactic (the corresponding content of education, methods of action mastered by students, organisation of training). Among the most striking trends in the change in the space-and-object component of the educational environment of domestic museums, the author distinguishes, firstly, the emergence of virtual museums and, secondly, the ubiquity of interactive sites that allow to include the visitor in the development of the museum space. The second component, the

social one, is enriched through the integrative processes of the museum with other institutions and communities, which include the tradition of interacting with universities, schools, kindergartens, as well as specific collaborations of museum academic communities and a wide audience regarding joint projects based on one topic. There is a need for museums to promote and position themselves as a brand in the market of cultural and educational services, which leads to the emergence of PR products and professional activities in social networks. The psychodidactic component of the educational environment of the modern museum is supplemented, firstly, with such an entertaining educational format as edutainment. Secondly, interactive technologies allow the museum visitor to independently choose the format and pace of the development of the museum space; at the same time, guides and cultural figures, adapting to the needs of modern youth, work on the way of delivering specific museum information, making it more accessible. Thus, the museum as a developing cultural and educational system makes changes to the format of interaction with the audience, based on the integration of traditional and non-traditional representations of their values.

**Keywords:** museum, educational environment of museum, edutainment, communicative model of museum, interactive museum technologies.

#### Использованная литература:

1. Визит Петра Великого 24–27 мая – 3–12 июня 1717 г. [Электронный ресурс] // Chateau de Versailles. URL: <http://www.chateauversailles.fr/decouvrir/histoire/grandes-dates/visite-pierre-grand> (дата обращения 05.11.19).
2. Гнедовский М. Б. Музей и образование: материалы для обсуждения. М.: ВНИК Школа, 1989.
3. Государственный музей-заповедник «Петергоф» [Электронный ресурс]. URL: <https://peterhofmuseum.ru/> (дата обращения: 05.11.19).
4. Гук Д. Ю., Определёнов В. В. Виртуальные музеи: терминология, методология, восприятие // Институт истории естествознания и техники имени С. И. Вавилова. Годичная науч. конф. М.: Ленанд, 2014. С. 414.
5. Катречко С. Л. Интернет и сознание: пролегомены к концепции виртуального человека // Влияние Интернета на сознание и структуру знания. М.: Ин-т философии Рос. Акад. наук, 2004. С. 57.
6. Кимеев В. М. Этнокультурные функции экомузеев / Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 2. 2008. № 4, ч. 1. С. 222–234.
7. Пономарев Р. Е. Образовательное пространство: монография. М.: МАКС Пресс, 2014.
8. Музеи. Статистическая информация [Электронный ресурс] // Официальный сайт Минкультуры России. Открытые данные. Данные от 31.12.2018. URL: [https://opendata.mkrf.ru/opendata/7705851331-stat\\_museum#a:eyJ0YWliOiJidWlsZF90YWJsZSJ9](https://opendata.mkrf.ru/opendata/7705851331-stat_museum#a:eyJ0YWliOiJidWlsZF90YWJsZSJ9) (дата обращения 05.11.19).
9. Хангельдиева И. Г. Эдьютейнмент как единство сознательного и бессознательного // Научные труды Московского гуманитарного университета. 2018. № 3. С. 47–59.
10. Этнографический парк-музей «Музеон» [Электронный ресурс]. URL: <https://ethnomir.ru/franchise/> (дата обращения 05.11.19).
11. Юхневич М. Ю. Я поведу тебя в музей. М.: Рос. ин-т культурологии, 2001.

#### References:

1. Chateau de Versailles. (n.d.) *Visite de Pierre Le Grand. 24–27 Mai – 3–12 Juin 1717*. [Online] Available from: <http://www.chateauversailles.fr/decouvrir/histoire/grandes-dates/visite-pierre-grand>. (Accessed: 05.11.2019).
2. Gnedovskiy, M.B. (1989) *Muзей i obrazovanie: materialy dlya obsuzhdeniya* [Museum and Education: Materials for Discussion]. Moscow: VNIK Shkola.
3. *Peterhof State Museum-Reserve*. [Online] Available from: <https://peterhofmuseum.ru/>. (Accessed: 05.11.2019). (In Russian).
4. Guk, D.Yu. & Opredelenov, V.V. (2014) [Virtual Museums: Terminology, Methodology, Perception]. *Proceedings of the 20th Annual Scientific Conference of the Institute for the History of Science and Technology of the Russian Academy of Sciences*. Moscow: Lenand. pp. 413–415. (In Russian).
5. Katrechko, S.L. (2004) *Internet i soznanie: prolegomeny k kontseptsii virtual'nogo cheloveka* [Internet and Consciousness: Prolegomena to the Concept of a Virtual Person]. In: Rozin, V.M. (ed.) *Vliyaniye Interneta na soznanie i strukturu znaniya* [The Influence of the Internet on Consciousness and on the Structure of Knowledge]. Moscow: Institute of Philosophy, RAS.
6. Kimeev, V.M. (2008) *Ethnocultural Functions of Ecological Museum*. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Ser. 2 – Vestnik of Saint Petersburg University. History*. 4(1). pp. 222–234. (In Russian).
7. Ponomarev, R.E. (2014) *Obrazovatel'noe prostranstvo* [Educational Space]. Moscow: MAKS Press.
8. Ministry of Culture of Russia. (2018) *Muзей. Statisticheskaya informatsiya* [Museums. Statistics]. [Online] Available from: [https://opendata.mkrf.ru/opendata/7705851331-stat\\_museum#a:eyJ0YWliOiJidWlsZF90YWJsZSJ9](https://opendata.mkrf.ru/opendata/7705851331-stat_museum#a:eyJ0YWliOiJidWlsZF90YWJsZSJ9). (Accessed: 05.11.2019).
9. Khangel'dieva, I.G. (2018) *Edutainment as a Unity of the Conscious and the Unconscious*. *Nauchnye trudy Moskovskogo gumanitarnogo universiteta*. 3. pp. 47–59. (In Russian). DOI: 10.17805/trudy.2018.3.5

10. *Etnomir Park*. [Online] Available from: <https://ethnomir.ru/franchise/>. (Accessed: 05.11.2019). (In Russian).
11. Yukhnevich, M.Yu. (2001) *Ya povedu tebya v muzey* [I Will Take You to the Museum]. Moscow: Russian Institute for Cultural Research.

**Полная библиографическая ссылка на статью:**

Ченцова, О. В. Отечественные музеи в условиях интерактивности: современные тенденции развития музейной образовательной среды [Электронный ресурс] / О. В. Ченцова // *Наследие веков*. – 2019. – № 4. – С. 106–112. DOI: 10.36343/SB.2019.20.4.013

**Full bibliographic reference to the article:**

Chentsova, O. V. (2019) Domestic Museums in the Conditions of Interactivity: Modern Trends in the Development of the Museum Educational Environment. *Nasledie vekov – Heritage of Centuries*. 4. pp. 106–112. (In Russian). DOI: 10.36343/SB.2019.20.4.013