

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Гуманитарный институт
Кафедра культурологии и искусствоведения

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

_____ Н.П. Кошцева

«___» _____ 2023 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

51.03.01 Культурология

ПРАКТИКИ ЭДЬЮТЕЙНМЕНТА В СОВРЕМЕННОМ МУЗЕЕ И ИХ
ВОЗМОЖНОСТИ В ПРОЕКТАХ, ПОСВЯЩЁННЫХ ОТЕЧЕСТВЕННОМУ
ИСКУССТВУ: НА ПРИМЕРЕ МУЗЕЕВ РОССИИ 2010-2020-Х ГОДОВ

Руководитель _____ доцент, к. филос. н. Н. Н. Пименова

Выпускник _____ Н. В. Верхотурова

Красноярск 2023

Продолжение титульного листа ВКР по теме «Практики эдьютейнмента в современном музее и их возможности в проектах, посвящённых отечественному искусству: на примере музеев России 2010-2020-х годов».

Нормоконтролер _____

Ю. Н. Менжуренко

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа по теме «Практики эдьютейнмента в современном музее и их возможности в проектах, посвящённых отечественному искусству: на примере музеев России 2010-2020-х годов» содержит 89 страниц текстового документа, 65 использованных источников, 2 приложения.

ЭДЬЮТЕЙНМЕНТ, МУЗЕЙ, ФУНКЦИИ МУЗЕЯ, КОММУНИКАЦИЯ, РЕКРЕАЦИЯ, ОБРАЗОВАНИЕ И РАЗВЛЕЧЕНИЕ, КУЛЬТУРА И ОБРАЗОВАНИЕ.

Цель работы: изучение специфики практик эдьютейнмента в современном музее и их возможностей в проектах, посвящённых отечественному искусству.

Задачи, решаемые в процессе работы:

1. Анализ зарубежных и отечественных литературных источников, посвящённых теме особенностей работы современных музеев, их функций;
2. Изучение специфики технологии «эдьютейнмент» как образовательной и культурной практики;
3. Анализ фактов применения эдьютейнмент-практики в работе художественных музеев в 2010-2020-х годах, в том числе анализ материала, собранного методом включённого наблюдения музейной работы в формате эдьютейнмента и интервью с практиками эдьютейнмента в музее;
4. Выявление возможностей применения практик эдьютейнмента в музейных проектах, посвящённых отечественному искусству.

В результате исследования была проведена попытка анализа практик эдьютейнмента в современном музее и оценены их возможности в проектах, посвящённых отечественному искусству.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Теоретическое основание исследования эдьютейнмента в музейной деятельности.....	12
1.1 Специфика функций современного музея.....	12
1.2 Эдьютейнмент: сущность и специфика	22
2 Эдьютейнмент в современном музее	37
2.1 Мировые и отечественные примеры применения эдьютейнмент-практик в музейной деятельности.....	37
2.2 Эдьютейнмент в практиках Музейного центра «Площадь Мира» (г. Красноярск).....	47
2.2.1 Результаты наблюдения практик эдьютейнмента в Музейном центре «Площадь Мира»: проект «Книгоигры».....	47
2.2.2 Анализ экспертного интервью о практиках эдьютейнмента в Музейном центре «Площадь Мира» (проект «Книгоигры»)	56
Заключение	60
Список использованных источников	64
Приложение А	72
Приложение Б.....	75

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования

Развлекательное обучение, также именуемое как «эдьютейнмент» (от англ. «edutainment») – все чаще употребляемый в литературе термин, обозначающий подход в образовании, основанный на соединении развлекательных и образовательных элементов. Эдьютейнмент в настоящее время активно применяется как концепция для корпоративного обучения, разработки методик преподавания в образовательных организациях, образовательно-развлекательных форматов в культурных учреждениях. Несмотря на актуальность, распространение и известность понятия за рубежом, рамки этого явления достаточно размыты, а научная проработка этого подхода практически отсутствует, в том числе и применительно к музейным практикам. Специалисты ведут дискуссии о плюсах и минусах применения данной технологии, многие настроены скептически в виду развлекающей составляющей эдьютейнмент-форматов. Тем не менее, популярность данного подхода как формата организации образовательного процесса и потребления культурного контента позволяет обратиться к рассмотрению такой технологии для последующего ее изучения.

Проблема научного исследования образовательной практики в сфере культуры состоит в том, что до настоящего времени взгляды на специфику взаимодействия таких явлений, как культура и образование, многообразны. Исследование требует первоначального определения ключевых терминов.

Большинство исследователей придерживается позиции, что образование является подсистемой культуры, которая в свою очередь состоит из элементов, образующих каждую из подсистем – идеалов – «чувственно явленных репрезентантов эталонного отношения человека и мира»¹. Идеалы различаются в зависимости от подсистемы: в качестве идеала может выступать научная

¹ Образовательная функция художественной культуры : монография / В. И. Жуковский [и др.]. – Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2013. – 222 с. – ISBN 978-5-7638-2924-2.

модель, религиозный канон, общественно-политический закон, произведение искусства. Авторы монографии «Образовательная функция художественной культуры» определяют, что образовательный идеал является неотъемлемой частью, атрибутом идеала культуры, из чего следует, что культурные идеалы оказывают огромное образовательное воздействие на человека, социум, и все человечество. В настоящее время в мире господствует гуманистическая концепция образования, которая выгодно отличается тем, что учитывает индивидуальные особенности и цели отдельного человека, и понимает образование как «событийное бытие», где познание человеком себя происходит через взаимодействие с чем-то, что им самим не является. Хотя сущность идеалов образования трактуется более узко, чем сущность идеалов культуры, но в данном подходе не теряется жизненная необходимость образования как особого способа коммуникации, обеспечивающего продолжение существования человечества.

Образование как процесс отношения человека с образовательным посредником или репрезентантом, содержащим знания и идеалы, регулируется образовательными технологиями, и значит, с помощью них и формируются определённые представления у человека о мире, о себе в этом мире, о способах взаимодействия себя и мира. Образовательные технологии выполняют функцию культурного посредничества, или функцию культурной коммуникации, например, между современностью и культурой прошлого.

Тема представляет теоретический и практический интерес, поскольку эдьютейнмент, как одна из образовательных технологий, которая с недавнего времени стала применяться и в отечественной музейной практике, может являться примером создания культурного моста между аудиторией и экспонатом (произведением искусства/ идеалом культуры).

Степень изученности

Несмотря на то, что изначально эдьютейнмент как практика неформального образования, применялся и изучался в педагогике и психологии образования, в данный момент эдьютейнмент можно назвать технологией,

которой находят применение в разных культурных сферах. В настоящее время практики эдьютейнмента все чаще применяются отечественными музеями, хотя в западной музейной деятельности этот метод работы с посетителями уже успел стать одним из основных. Интерес к эдьютейнменту как относительно новой и актуальной форме взаимодействия музея и посетителя, зрителя и произведения искусства в научной среде возрастает и становится предметом педагогических, искусствоведческих, музееведческих и философско-культурологических размышлений. Однако комплексных подходов к изучению данной темы все еще немного: в основном о развлекательно-образовательных способах организации работы с музейным зрителем пишут «локально», рассматривая отдельные аспекты или описывая проекты, проводимые в рамках данной технологии определенным музеем без указания на методы, разработку и конкретные результаты.

Недостаток трудов, предполагающих всестороннее рассмотрение вопроса эдьютейнмента в музее как культурной практики, позволяет привлечь широкий круг педагогических, музееведческих, культурологических, искусствоведческих и философских научных работ.

Имеется ряд работ, касающихся функций и предназначения музея в современном мире: это публикации А. М. Бережной, А. В. Суворовой, а также сборники статей² и аналитические отчеты³ по заказу Министерства Культуры РФ. На основе проведенного социологического исследования о развитии музейного дела в России, авторы дают оценку современному состоянию, а также дают рекомендации по дальнейшей работе, например, продвижению музеев с помощью различных каналов информирования.

Вопросы, связанные с определением сущности эдьютейнмента как образовательной технологии, освещают такие исследователи и педагоги, как С.

² Музейная коммуникация: модели, технологии, практики : научное издание / отв. ред. В. Ю. Дукельский. – Москва, 2010. – 199 с.

³ О проблемах и перспективах развития музейного дела в Российской Федерации : результаты комплексного социологического исследования : анализ мнений музейного сообщества и населения РФ (реальных и потенциальных посетителей) / Министерство культуры Российской Федерации, РОСИЗО, Институт Наследия. — М. : Институт Наследия, 2019. — 282 с.

Г. Косарецкий, М. А. Кудрявцева, К. А. Фиофанова⁴, Е. В. Горбачева⁵, Е. Ю. Кармалова, А. А. Ханкеева⁶, Н. А. Кобзева⁷, И. В. Кондрашова⁸, И. А. Купцова⁹, А. В. Попов¹⁰, Т. В. Сапук¹¹, И. Г. Хангельдиева¹², Е. М. Богданова¹³.

К числу исследователей, рассматривающих примеры применения эдьютейнмент-технологии в музейной практике, относятся Ю. П. Блаженкова¹⁴, Л. С. Тимофеева¹⁵, К. Е. Шолкина¹⁶, Л. М. Шляхтина¹⁷.

Ряд исследователей рассматривают интерактивные, образовательные и другие социальные практики, позволяющие состояться эффективной музейной

⁴ Актуальная ситуация развития сектора «эдьютейнмент» для детей в России / С. Г. Косарецкий, М. А. Кудрявцева, К. А. Фиофанова ; Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Институт образования. – Москва : НИУ ВШЭ, 2018. – 36 с.

⁵ Горбачева, Е. В. Эдьютейнмент — он повсюду, или Современное подрастающее поколение нужно учить по-другому / Е. В. Горбачева // Молодой ученый. – 2020. – № 1 (291). – С. 130–132.

⁶ Кармалова, Е. Ю. Эдьютейнмент: понятие, специфика, исследование потребности в нем целевой аудитории / Е. Ю. Кармалова, А. А. Ханкеева // Вестник Челябинского государственного университета. – 2016. – №7 (389). – С. 64–71.

⁷ Кобзева, Н. А. Edutainment как современная технология обучения / Н. А. Кобзева // Ярославский педагогический вестник. – 2012. – №4. – С. 192–195.

⁸ Кондрашова, И. В. Edutainment как современная технология обучения иностранному языку будущих сотрудников правоохранительных органов / И. В. Кондрашова // Правопорядок: история, теория, практика. – 2015. – № 2(5). – С. 82–85.

⁹ Купцова, И. А. Современные медиа как средство неформального образования в сфере искусства: возможности и риски / И. А. Купцова // Медиа. Информация. Коммуникация [Электронный ресурс]. – 2021. – Т. 36. – № 2. – URL: <http://mic.org.ru/vyp/36-2/36-kuptsova.pdf> (дата обращения: 20.05.2023).

¹⁰ Попов, А. В. Маркетинговые игры. Развлекай и властвуй / А. В. Попов. – Москва: Манн, Иванов, Фербер, 2006. – С. 102.

¹¹ Сапук, Т. В. Применение технологии «Эдьютейнмент» в образовательной среде университета / Т. В. Сапук // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2016. – №8 (173). – С. 30–34.

¹² Хангельдиева, И. Г. Эдьютейнмент как единство сознательного и бессознательного / И. Г. Хангельдиева // Научные труды Московского гуманитарного университета. – 2018. – №3. – С.47-59.

¹³ Хангельдиева, И. Г. Эдьютейнмент: от телевизионного формата до современных социальных и образовательных практик / Хангельдиева И.Г., Богданова Е.М. // Культура и образование в современном обществе: стратегии развития и сохранения: сборник научных статей по материалам всероссийской научной конференции / отв. ред. Т. В. Коваленко. – Краснодар: Экоинвест. – 2013. – С. 206–218.

¹⁴ Блаженкова, Ю. П. Современные интерактивные технологии в культурно-просветительской деятельности художественного музея (на примере Приморской государственной картинной галереи) / Ю. П. Блаженкова // Искусство Евразии [Электронный журнал]. – 2020. – № 3 (18). – С. 121–130. – URL: <https://doi.org/10.46748/ARTEURAS.2020.03.010> (дата обращения: 01.05.2023).

¹⁵ Тимофеева Л.С. Эдьютейнмент – модный тренд или новый путь музея? / Л.С. Тимофеева // Культура и взаимодействие народов в музейных, научных и образовательных процессах – важнейшие факторы стабильного развития стран Евразии: сб. науч. тр.: в 2 ч. / отв. ред.: М. Л. Бережнова, А. А. Ильина, С. Н. Корусенко. – Омск: Наука, 2021 – Ч. 2. – С.100–108.

¹⁶ Шолкина, К. Е. Технология edutainment в образовательной деятельности государственного музея истории религии / К. Е. Шолкина // Вестник Музея археологии и этнографии Пермского Предуралья. – 2016. – № 6. – С. 29–32.

¹⁷ Шляхтина, Л. М. Рекреационно-образовательная миссия современного музея: образование или развлечение? / Л. М. Шляхтина // Вопросы музеологии. – 2013. – № 2 (8). – С. 206–212.

коммуникации, а также выделяют черты современного музея и его перспективы для дальнейшего развития: А. М. Бережная, И. Л. Глухова, Е. С. Грачева, Е. И. Доровенчик, М. И. Ильбейкина¹⁸, Е. С. Лапин, Д. Н. Маликова, Е. С. Чаплыгина, О. В. Ченцова, Л. М. Шляхтина, К. Е. Шолкиной, А. С. Шуваловой, Е. В. Щербаковой.

Среди иностранных исследователей эдьютейнмента необходимо выделить общепризнанных Микеллу Эддис¹⁹ и Шэрон де Вари²⁰.

Первые серьезные исследования коммуникации в сфере теории информации были сделаны в 1920-1930-х гг., но как самостоятельная научная междисциплинарная область теория коммуникации и информации выделилась в 60-х гг. XX в.: структуру процесса коммуникации изучали Р. Якобсон и Ж. Фаже, системы коммуникации изучал М. С. Каган, а связь культуры и коммуникации изучал К. Леви-Стросс. Музей как коммуникативную систему первым исследовал Д. Камерон в тех же 1960-х гг., а под музейной коммуникацией он представлял процесс общения посетителя с музейными предметами, и это направление мысли в отдельных аспектах коммуникации позже развивали такие исследователи, как К. Хадсон, Е. А. Хупер-Гринхилл. Словацкий музеевед З. Странский выделил теорию музейной коммуникации в отдельную сферу музееведения. Как пишет Ольга Сергеевна Сапанжа в статье²¹, избирающей исторический подход к описанию подходов к пониманию коммуникации в музее, в 1980-х начался процесс плавного перехода музея от модели информационной к коммуникативной модели, но на момент выхода статьи в 2009 г. не сложилось теоретических оснований и общей обоснованной модели музея как коммуникативной единой системы. Первые знаковые

¹⁸ Ильбейкина, М. И. Современные музейные практики: 2000–2012 гг. / М. И. Ильбейкина // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – №1.

¹⁹ Addis Michela. New technologies and cultural consumption. Edutainment is born! – Bocconi: Bocconi University – Marketing Department, 2002. – 109 p.

²⁰ De Vary Sh. Educational Gaming. Interactive Edutainment. Distance learning // For Educators, Trainers and Leaders. – Vol. 5. – Iss. 3. – No. 3. – Boston: Information Age Publishing, 2008. – P. 35–44.

²¹ Сапанжа, О. С. Развитие представлений о музейной коммуникации / О. С. Сапанжа // Известия Российского Государственного Педагогического Университета им. А. И. Герцена, 2009. – № 103. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-predstavleniy-o-muzeynoy-kommunikatsii> (дата обращения: 02.06.2023).

исследования музея с позиции семиотики были представлены в 70-80-х гг. XX века в работах Н. А. Никишиной, В. В. Дукельского, Н. В. Нагорского, описывающие музейную деятельность через семиотическую теорию и понятия «знака», «символа» и т.д. Поэтому важными для такого исследования являются основополагающие семиотические исследования Р. О. Якобсона, Ч. С. Пирса и Ч. У. Морриса, а также постмодернистские исследования и понятия «симулякр» Ж. Бодрийяра, использующего данное понятие для анализа явлений культуры и искусства. В дополнение, необходимо обратиться к видному представителю Московско-тартуской исследовательской школы Ю. М. Лотману, рассматривающему семиотику культуры, вводящему понятие «семиосферы» и понимающему культурные явления как тексты. Также для темы важным может выступить диссертационное исследование Пшеничной С. В.²², рассматривающей в своей работе музей с позиции синтеза теории коммуникации и семиотики.

Объект исследования

Объектом исследования является специфика применения практик эдьютейнмента в современном музее.

Предмет исследования

Предметом исследования являются возможности применения практик эдьютейнмента в музейных проектах, посвященных отечественному искусству, на примере опыта российских музеев 2010-2020-х годов.

Цель исследования

Целью исследования является изучение специфики практик эдьютейнмента в современном музее и их возможностей в проектах, посвященных отечественному искусству.

²² Пшеничная, С. В. Музей как информационно-коммуникативная система : специальность 24.00.03 «Музееведение, консервация и реставрация историко-культурных объектов» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата культурологии / Пшеничная Светлана Викторовна ; Санкт-Петербургский государственный университет культуры и искусств. – Санкт-Петербург, 2000. – 219 с.

Задачи исследования

Исходя из поставленной цели исследования, определены следующие задачи:

1. Анализ зарубежных и отечественных литературных источников, посвященных теме особенностей работы современных музеев, их функций;
2. Изучение специфики технологии «эдыютейнмент» как образовательной и культурной практики;
3. Анализ фактов применения эдыютейнмент-практики в работе художественных музеев в 2010-2020-х годах, в том числе анализ материала, собранного методом включённого наблюдения музейной работы в формате эдыютейнмента и интервью с практиками эдыютейнмента в музее;
4. Выявление возможностей применения практик эдыютейнмента в музейных проектах, посвященных отечественному искусству.

Методология исследования

Для исследования выбранной темы были использованы методы сопоставительного анализа библиографических источников, синтеза, анализа и интерпретации конкретных кейсов (применения практик эдыютейнмента). Также в практической части работы были применены методы включенного наблюдения, описания, интерпретации, интервью и анализа данных.

Структура работы

Выпускная квалифицированная работа состоит из введения, двух глав разделенных на 5 параграфов, заключения, списка использованных источников и 2 приложений.

ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОСНОВАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ЭДЬЮТЕЙНМЕНТА В МУЗЕЙНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1 Специфика функций современного музея

В современном информационном обществе культурно-просветительские учреждения имеют огромное значение. Человек в настоящее время является потребителем огромного количества информации, из которого не все имеет ценность: вместе с новыми и ценными знаниями присутствует много ненужных сведений, которые нужно уметь фильтровать, избавляясь от «информационного шума» и вымыслов. Учреждения культуры, основывающиеся на исключительно научном подходе к информации, способны занимать экспертную позицию в отношении достоверности и корректности получаемой людьми информации. Различные учреждения культуры, обладающие необходимым наследием и академическим знанием (библиотеки, музеи и др.), с одной стороны, имеют возможность взять на себя миссию помощи человеку в том, чтобы сориентироваться в море информации, а с другой – нуждаются в том, чтобы привлечь аудиторию, а потому стремятся преподнести имеющийся материал таким образом, чтобы заинтересовать человека в потреблении их особого, значимого, уникального контента. Культура как социальная память человечества берет на себя функцию транслятора того социального опыта, который накапливает человечество на протяжении своей многовековой истории. И музей как один из феноменов культуры, являющийся местом сосредоточения этих накопленных знаний, передает их своим посетителям через экспозиции и музейные реликвии.

XX век стал временем больших изменений в музейном мире. Во второй половине XX столетия началось становление музея как социокультурного института в виду необходимой качественной трансформации традиционного музея. С. Л. Троянская в авторском учебном пособии «Музейная педагогика и ее образовательные возможности в развитии общекультурной компетентности» выделяет три пути генезиса музеев: коллекционирование вследствие

эстетической потребности, сохранение историко-культурного опыта, определяемое потребностью социума, или демонстрация и освещение научных достижений и открытий²³. Эти причины и определили часть тех основных функций, которые сейчас выполняются музеями.

Вопрос о функционале и социальном назначении музеев на протяжении десятилетий волнует музейных специалистов и исследователей²⁴. Главнейшая и основная функция музея как «храма памяти» (т.е. функции хранения, а также экспонирования и исследования) остается до сих пор неизменной, как на теоретическом и законодательном, так и на практическом уровнях. Но в последние десятилетия были намечены и новые назначения музеев. Кроме появившихся в прошлом веке образовательной и просветительской функций во времена господства информационных технологий и при активном развитии индустрии развлечений музей приобрел развлекательную или рекреационную функцию. Об этом свидетельствует определение, предложенное Международным советом музеев (ИКОМ), согласно которому перед музеем ставятся образовательные, просветительские и развлекательные цели²⁵. Однако, с точки зрения российского законодательства, музей определяется как некоммерческое учреждение культуры, созданное собственником для хранения, изучения и публичного представления музейных предметов и музейных коллекций, включенных в состав Музейного фонда Российской Федерации, а также для достижения иных целей, определенных настоящим Федеральным законом (согласно Федеральному закону «О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации» от 26.05.1996 г.). Также в целях создания музеев кроме хранения, выявления, собирания, изучения и

²³ Троянская, С. Л. Музейная педагогика и ее образовательные возможности в развитии общекультурной компетентности : учебное пособие / С. Л. Троянская ; Удмуртский государственный университет, Институт педагогики, психологии и социальных технологий. – Ижевск : Научная книга, 2007. – 139 с.

²⁴ Тимофеева, Л. С. Эдьютейнмент – модный тренд или новый путь музея? / Л. С. Тимофеева // Культура и взаимодействие народов в музейных, научных и образовательных процессах – важнейшие факторы стабильного развития стран Евразии: сборник научных трудов: в 2 ч. / отв. ред.: М. Л. Бережнова, А. А. Ильина, С. Н. Корусенко. – Омск: Наука, 2021 – Ч. 2. – С. 100–108.

²⁵ Этический кодекс ИКОМ для музеев // ИКОМ России. – URL: https://icom.museum/wp-content/uploads/2018/07/code_russia2013-1.pdf (дата обращения: 10.05.2023).

публикации указывается осуществление просветительской, научно-исследовательской и образовательной деятельности. Такие функции современного музея, как коммуникационная и рекреационная, в законе не упомянуты²⁶. В то же время эти функции осуществляются и отечественными, и мировыми музеями на практике.

Ряд авторов подчеркивают, что кроме нравственного воспитания и работы с предметами музеем необходима образовательная работа²⁷. Музей являет собой эталон восприятия наследия, развивает ценностные качества личности. Для развития в данном направлении современные музеи используют ряд музейных и педагогических практик, так или иначе сопряженных со сферой образования. В своей статье М. И. Ильбейкина²⁸ описывает их, предварительно выделив основные и ряд гибридных: реализация культурных проектов, использование интерактивных и информационных технологий, активная работа с современным искусством, «сторителлинг». Информационное общество, глобализация и господство визуальной культуры требуют от музея как от «информационно-коммуникационной системы» расширения его воздействия на общество. Музей понимается не только как сосредоточение подлинников искусства, но и социальный институт, занимающийся культурно-образовательной деятельностью и выполняющий образовательно-воспитательную функцию. Музей позволяет посетителю расширить кругозор и получить новые знания об искусстве, культуре, мире, о себе, выстроить «культурный мост», связывающий посетителя и другие эпохи, историю, современные ему явления, делая их проживаемыми и понимаемыми человеком. Теоретической базой для такой деятельности становятся музейная педагогика,

²⁶ Российская Федерация. Законы. О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации : Федеральный закон от 26.05.1996 № 54-ФЗ : редакция от 11 июня 2021: с изменениями и дополнениями, вступившими в силу с 1 июля 2021. – КонсультантПлюс : справочная правовая система [сайт]. – URL: <http://www.consultant.ru>. (дата обращения: 13.05.2023).

²⁷ Асонова, Е. А. Право на культуру: опыт интеграции ресурсов музеев в образовательный процесс / Е. А. Асонова, К. С. Киктева, А. Н. Россинская // Вестник Московского государственного педагогического университета. Серия : Педагогика и психология. – 2018. – № 2. – С. 63–77.

²⁸ Ильбейкина, М. И. Современные музейные практики: 2000–2012 гг. / М. И. Ильбейкина // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – №1.

психология искусства и культурология. В течение долгого времени музеи советского времени, а потом и российские не были ориентированы на коммуникацию со зрителем в современном понимании: в центре внимания находились экспонаты – носители информации, а экскурсии подразумевали традиционный и известный формат передачи информации от специалистов (экскурсоводов) посетителям (главным образом, слушателям). Но уже в 1970-х годах в советском музееведении начинают выделяться ряд подходов к музейной коммуникации, связанные с изучением посетителя, знаков и символов как основ коммуникации, диалога субъектов коммуникации и анализом ценностного аспекта коммуникационной деятельности²⁹. На современном этапе развития экскурсоводческой деятельности профессионалы в этой области стремятся придать экскурсии диалогичность. Это произошло потому, что в настоящий момент исследователи, занимающиеся вопросами восприятия информации, коммуникации, психологии искусства и педагогики, пришли к выводу, что наиболее эффективно человек усваивает информацию в процессе личного открытия и собственной деятельности, собственной работы с информацией (т.е. когда он рассуждает, задает вопросы, ведёт поиск). Сегодня образовательная функция музея реализуется исключительно через работу с аудиторией. Но следует утвердить факт того, что существует проблема экскурсии как традиционной формы культурно-образовательной музейной работы с посетителями в силу ее недостаточной эффективности, если мы говорим о глубоком погружении в смыслы. Особенно это касается работы с молодежной и детской аудиторией, являющейся представителями информационного общества. Работа со школьниками как основной для большинства российских музеев аудиторией не может быть ограничена разовой

²⁹ Сапанжа, О. С. Развитие представлений о музейной коммуникации / О. С. Сапанжа // Известия Российского Государственного Педагогического Университета им. А. И. Герцена, 2009. – № 103. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-predstavleniy-o-muzeynoy-kommunikatsii> (дата обращения: 02.06.2023).

экскурсией по выставке с целью объять необъятное³⁰. Необходимы новые методы работы с аудиторией младшего возраста.

Между тем на передний план сейчас во многих ведущих музеях зарубежья и России выходит рекреационная функция. Это доказывает также появление частных и коммерческих музеев науки и учреждений музейного типа, вектор музеев на инклюзивность, что рождает новые направления музейно-педагогической деятельности и новые способы коммуникации с посетителями. Рекреация, понимаемая обобщенно как деятельность, направленная на восстановление физических, интеллектуальных и эмоциональных сил человека, тесно связана с понятием досуга как действий в целях удовлетворения потребности в отдыхе, духовном росте или творчестве (но не только в этом) свободное от основной деятельности время³¹. Исследователи рекреационной музейной деятельности полагают, что человеческий социум изначально испытывал потребность в культурных формах досуга, отдыхе и психологической разрядке, восстановлении сил, в том числе моральных, поэтому музею изначально была присуща рекреационная функция³². Еще не называемая рекреационной, эта деятельность стала предметом интереса американских музеев, которые уже в начале XX века создавали программы «для отдыха и развлечений». Как подчеркивает, ссылаясь на А. Паркера, Борис Андреевич Столяров, доктор педагогических наук и член Союза художников РФ, посещение музея считается организованной формой времяпрепровождения в целях отдыха³³.

Феномен музея в культуре понимается не только как «форма сохранения культурного опыта»³⁴ и его трансляция, но и как пространство для встречи

³⁰ Бакиева, Д. А. Новая модель образовательной деятельности музея в условиях XXI века / Д. А. Бакиева // Педагогический журнал Башкортостана. – 2020. – №1 (86). – С. 64–72.

³¹ Шляхтина, Л. М. Рекреационно-образовательная миссия современного музея: образование или развлечение? / Л. М. Шляхтина // Вопросы музеологии. – 2013. – № 2 (8). – С. 206–212.

³² Равикович Д. А. Из истории сибирских музеев в XIX в. // История музейного дела в СССР. – М., 1987. – 463 с.

³³ Столяров Б. А. Музейная педагогика. История, теория, практика: учеб. пособие / Б. А. Столяров ; Москва : Высшая школа, 2006. – С. 21.

³⁴ Суворова, А. В. Музей как феномен культуры / А. В. Суворова // Международный научно-исследовательский журнал. – 2016. – № 11 (53). – С. 98–100.

зрителя и произведения искусства, их коммуникации, результатом которой является раскрытие глубинных характеристик и выработка личного отношения к смыслам и ценностям. М. В. Тарасова в монографии «Коммуникативные основы художественной культуры»³⁵ пишет: «Одной из наиболее значительных проблем современности является построение адекватной коммуникативной модели человеческого бытия. Острота коммуникативной потребности человека находит свое претворение в активном изучении возможностей языковых систем, в исследовании вопроса диалога культур, анализе возможных способов трансляции культуры и т.п.». Поэтому в настоящее время исследование коммуникативных возможностей художественной культуры и особого «музейного языка», в рамках которого происходит коммуницирование, исследование участников этого диалога становится наиболее востребованным.

Коммуникация в музее как форма взаимодействия музея и субъекта (посетителя) представляет собой актуальное направление для осмысления опыта музейной деятельности. Информационный процесс или коммуникация между музейным коммуникантом (посетителем) и музеем (и его составляющими: пространством, экспозицией, музейным предметом, специалистом музея) включает в себя следующие элементы: 1) источник информации (документируемая сфера действительности); 2) коммуникатора (коллектив музея как социально-системное образование); 3) сообщение (особая «музейная» информация о сфере действительности – источнике информации, оформленная в особого рода музейную «знаковую конструкцию»); 4) коммуникационный канал от источника к потребителю; 5) коммуникант (музейный посетитель)³⁶. Успех и продуктивность коммуникации зависит от индивидуальных особенностей отдельного коммуниканта, а также от особенностей организации материально-технической

³⁵ Тарасова, М. В. Коммуникативные основы художественной культуры : [монография] / М. В. Тарасова, В. И. Жуковский ; Сибирский федеральный университет. – Красноярск: СФУ, 2010. – 145 с.

³⁶ Пшеничная, С. В. Музей как информационно-коммуникативная система : специальность 24.00.03 «Музееведение, консервация и реставрация историко-культурных объектов» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата культурологии / Пшеничная Светлана Викторовна ; Санкт-Петербургский государственный университет культуры и искусств. – Санкт-Петербург, 2000. – 219 с.

базы музея, а также особого, «музейного языка», с помощью которого кодируется сообщение, особенностей культурного объекта (экспоната) как основного носителя первичной информации в виду его самоценности и подлинности, а также вторичной информации – музейного предмета как знака. Подлинность в данном случае понимается как соответствие обозначаемого и объекта реальности, позволяющее создать целостное представление об изучаемом феномене. Музейный язык, как пишет кандидат культурологии Пшеничная С. В. в своей диссертации «Музей как информационно-коммуникативная система», отличается своим «подлинно-предметно-знаковым» характером, позволяющим передавать информацию о культурных объектах посредством представления самих этих объектов, обеспечивая всю полноту сенсорного восприятия объекта. «Музейный язык» имеет свои образы и правила, не поддается «переводу» без потери смыслов на другие языки культуры.

Потребляя музейную информацию в процессе коммуникации, коммуникант получает комбинированную информацию, одновременно чувственную и логическую, первичную и вторичную, что дает субъекту-посетителю чувство «сопричастности», а это является уникальным для специфики передачи информации в музейной деятельности. «Музейный язык» позволяет нам воспринимать предметы непосредственно чувственно, т.е. акт коммуникации с музеем становится фактом реального опыта.

Исследователи фиксируют изменения в отношениях «музей – посетитель» в последнее время: музеи становятся клиентоориентированными (хотя они не являются прибыль-приносящими, и не всегда признают себя учреждением, предоставляющим услуги потребителям)³⁷. Посетитель музея теперь становится клиентом, на которого учреждения стараются ориентироваться, так как в настоящее время фиксируется нехватка потребителей искусства в музеях (особенно тех, что не находятся на

³⁷ Ченцова, О. В. Отечественные музеи в условиях интерактивности: современные тенденции развития музейной образовательной среды / О. В. Ченцова // Наследие веков. – 2019. – № 4 (20). – С. 106–112.

передовой). Современные реалии таковы, что теперь музеи должны работать с посетителем по-новому: он должен быть деятельным и включенным в процесс. Сторонние наблюдатели остались в прошлом: «Теперь одной из задач музея как образовательной институции становится подготовка аудитории к пониманию предметного языка культуры, его семантико-семиотической сущности»³⁸, что реализуется различными формами деятельности: экскурсиями, экспозициями, проектами в области образования и досуга. Музей организует встречу человека и культуры в тех формах, в которых у людей появляется возможность не просто видеть, слышать, узнавать, но и главное – понимать, обнаруживать культурные смыслы. Музейная деятельность направлена на создание «культурного моста» между посетителем и той культурной реальностью, которая представлена в музейных залах.

Выводы параграфа 1.1

В новом информационном обществе, продолжающем быть ориентированным на потребление, традиционные формы работы с посетителями уже не так эффективны. Музейные центры выходят за рамки стен своих архитектурных сооружений и становятся ориентирами для людей, точками притяжения, частью их повседневной культуры и жизни города, в том числе за счет выхода в медиа-пространство и сотрудничества с другими институциями, посредством расширения своей деятельности. Музеи вынуждены менять подходы к организации коммуникации с посетителями и вырабатывать новационные методы работы с публикой, которые включают освоение интерактивных технологий и преобразование музейной среды, хотя эксперты утверждают, что не стоит всецело следовать за трендами, забывая о своей идентичности и специфике. Резюмируя свое исследование изменения роли музея в обществе потребления и дальнейших путей развития, В. В. Ерсова пишет, что культурологам, музейоведам необходимо непрерывно проводить анализ поведения, психологии, особенностей восприятия массового

³⁸ Глухова, И. Л. Музей и посетитель: новые подходы во взаимодействии в современном мире / И. Л. Глухова // Молодой ученый. – 2018. – № 24 (210). – С. 341–344.

потребителя музейных услуг и вырабатывать эффективные методы взаимодействия с различными категориями посетителей для сохранения высокого институционального статуса музея³⁹. Деятельность музея как социокультурного института кроме базовых задач хранения, коллекционирования и изучения, включает образовательную и рекреационную функции, которые не имеют между собой строгого разделения в виду ряда причин: потребностей современного человека в непрерывном образовании, получении полезных знаний, культурном и полезном досуге. В действительности также одной из важнейших функций музея является коммуникативная функция, реализующаяся как через определенные методы работы с посетителем (в рамках экскурсии и других музейных мероприятий или взаимодействия с сотрудником в организационных целях), так и в установлении связи зрителя и художественного произведения, экспозиции, музейного пространства для проникновения и раскрытия сути культурного объекта. Музейная коммуникация включает в себя источник информации, коммуникатора, сообщение от коммуникатора коммуниканту как отдельному элементу информационного процесса, коммуникативный канал, «музейный» язык кодирования информации. Особый код информации позволяет посетителю-коммуниканту потреблять гибридную информацию, основанную на чувственном и логическом познании, на основании реального опыта непосредственного общения с самим предметом коллекции, культурной реальности. Музеи в современном обществе ориентированы на новые способы передачи информации, включающие применение интерактивных и информационных технологий и методов работы с аудиторией, способствующих диалогу зрителя и экспоната, участников коммуникативной ситуации. Необходимо отметить посредническую функцию музея, который в реалиях современности старается создать собственную индивидуальность в социокультурном пространстве места и времени, но даже в условиях создания

³⁹ Ересова, В. В. Модернизация музейной коммуникации в условиях общества потребления / В. В. Ересова // Вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры. – 2019. – № 2(39). – С. 92–96.

собственного узнаваемого «лица» музей таким образом привлекает посетителя для вовлечения в диалог, который он организует и курирует. Такая коммуникация между посетителем музея и музеем, его экспозицией включает в себя следующие элементы: 1) источник информации (документируемая сфера действительности); 2) коммуникатор (коллектив музея как социально-системное образование); 3) сообщение (особая «музейная» информация о сфере действительности – источнике информации, оформленная в особого рода музейную «знаковую конструкцию»); 4) коммуникационный канал от источника к потребителю; 5) коммуникант (музейный посетитель). И стоит отметить, что это диалог посетителя как субъекта с культурной реальностью, в котором музей выполняет роль организатора пространства и процесса диалога, «культурного моста» между сторонами общения, сближающего их. Цель такой коммуникации, как и любой другой, в первую очередь, достижение понимания человеком той культурной реальности, с которой он встретился в музее.

1.2. Эдьютейнмент: сущность и специфика

В настоящее время реализация рекреационной, коммуникативной и образовательной функций музея тесно связана с таким понятием как «эдьютейнмент» или «обучение посредством развлечения» (развлекательное обучение). Это новомодный англицизм, образованный соединением слов «education» («образование») и «entertainment» («увеселительное мероприятие, развлечение»), которому в российской науке до сих пор нет четкого определения. Тем не менее, практика применения этой методики в различных областях уже существует: в педагогике и преподавании различных дисциплин, в музейном деле.

Самые ранние примеры применения эдьютейнмент-технологии в музейном деле рассмотрены в публикации кандидата исторических наук, доцента кафедры всемирного культурного наследия Казанского федерального университета Людмилы Сергеевны Тимофеевой: «Многие принципы того, что позже назовут эдьютейнментом, присутствовали в российской музейно-педагогической деятельности ещё в первой трети XX в. В Музее игрушки, основанном Н. Д. Бартрамом в 1919 г., в проекте Музея-Дворца ребёнка А. У. Зеленко предлагались новационные формы организации обучения и досуга детей, основанные на максимально полном задействовании сенсорной сферы личности ребёнка и игре как главном инструменте постижения мира»⁴⁰.

Обращаясь к истории понятия «эдьютейнмент», необходимо сказать, что это понятие изначально применялось к образовательным мультфильмам и сериалам, выпускавшимся западными кинокомпаниями в первой половине и середине XX века. Также возникновение термина связывают с деятельностью американского предпринимателя и художника-мультипликатора Уолта Диснея в 50-х годах XX века, и этим неологизмом тогда обозначали серию документальных фильмов, снятых анимационной студией Диснея.

⁴⁰ Тимофеева, Л. С. Эдьютейнмент – модный тренд или новый путь музея? / Л. С. Тимофеева // Культура и взаимодействие народов в музейных, научных и образовательных процессах – важнейшие факторы стабильного развития стран Евразии: сборник научных трудов: в 2 ч. / отв. ред.: М. Л. Березнова, А. А. Ильина, С. Н. Корусенко. – Омск: Наука, 2021 – Ч. 2. – С. 100–108.

Л. М. Шляхтина⁴¹, член Международного комитета музеологии (ИКОФОМ), одна из ведущих специалистов в отечественной музеологии, утверждает, что эдьютейнмент в настоящее время входит в различные социокультурные сферы, и примеры применения этой технологии различны. Один из них – развитие рекреационно-образовательной функции музеев. Формы реализации этой функции музеев складывались на протяжении долгих лет, изменялись и адаптировались к новым условиям, диктуемым историческими обстоятельствами или запросами общества. Некоторые уже настолько устоялись, что считаются классическими: экскурсии, лекции и музейные уроки, кружки и клубы, мастер-классы и встречи и многое другое. Более сложными, требующими больших ресурсов, но также распространенными являются творческие лаборатории, фестивали, историко-культурные реконструкции. Существуют и необычные форматы: концерты, свадьбы в музее и пр. Получают широкое применение заимствованные из искусства практики: перформансы и хэппининги. Музеи проводят ночные форматы, известные как Всероссийская акция «Ночь музеев», и за рубежом этот формат тоже не теряет популярность. Также музеи стараются ориентироваться не только на разновозрастную или смешанную аудиторию, но и на малые группы: обустриваются детские игровые комнаты, проводятся чаепития для пожилых людей, реализуются инклюзивные проекты. Концерты, квесты, праздники и балы в музее имеют гибридный формат. Многие из вышеперечисленных форматов строятся на концепции «эдьютейнмент», но не все.

Выделяя 6 основных направлений музейно-педагогической деятельности (информирование, обучение, развитие, творчество, общение, рекреация), Л. М. Шляхтина уточняет, что они могут быть взаимосвязаны⁴². Например,

⁴¹ Шляхтина, Л. М. Рекреационно-образовательная миссия современного музея: образование или развлечение? / Л. М. Шляхтина // Вопросы музеологии. – 2013. – № 2 (8). – С. 206–212.

⁴² Шляхтина, Л. М. Музейная педагогика : учебно-методическое пособие / Л. М. Шляхтина ; Санкт-Петербургский государственный институт культуры, Факультет мировой культуры. – Санкт-Петербург : СПбГИК, 2021. – С. 14.

рекреационная деятельность зачастую может быть совмещена с творческой или образовательной. 1970-е годы, известные как эпоха «музейного бума», ознаменовались развитием массового туризма, что привело к изменению преимущественно работы в областях рекреации и информирования. Культура участия и партисипации склоняют музеи к удовлетворению потребности публики в творчестве, а также в рекреации, что и объясняет появление эдьютейнмента в музейно-педагогических практиках.

В отечественной науке единого понятия эдьютейнмента не сложилось, его содержание разнится. Так или иначе, уже несколько лет эдьютейнмент применяется в различных социокультурных сферах: проводятся публичные образовательные лекции или игры, которые посещают и молодежь, и взрослые. Многие знания в практиках музеев нашей страны можно получить, таким образом, в формате «обучения через развлечение». Для более полного понимания специфики эдьютейнмента, стоит обратиться к его трактовкам у разных исследователей и практиков, в том числе педагогов. Данный термин появился намного раньше и получил широкое распространение и признание в зарубежной педагогике (в том числе и музейной) как технология неформального образования. Однако в России он ещё только начинает применяться. При этом практиками уже накоплен многообразный опыт применения в музее интерактивных и интегративных методик, являющихся важнейшими инструментами эдьютейнмента.

Существуют теоретические исследования, обобщающие опыт развития неформальных образовательных и рекреационных форм музейной деятельности, например у А. В. Караманова и Т. В. Галкиной. Сегодня наблюдается отсутствие больших теоретических исследований о практике использования эдьютейнмента в работе музеев, а подавляющее большинство исследований технологии эдьютейнмента в России относятся к сферам педагогики в школах и высших учебных заведениях, и сосредоточены эти изыскания на применении цифровых технологий в обучении.

Зарубежные и российские исследователи предлагают ряд определений понятия «эдьютейнмент».

Большинство отечественных исследователей, занимающихся вопросом технологии «эдьютейнмент», ссылаются на профессора университета Маккуори Яна Ванга (Yan Wang) (Австралия), определяющего эдьютейнмент как «место» («place»), где дети могут наслаждаться тем, что изучают посредством звуков, видео, текстов и изображений⁴³. Наслаждение в данном случае понимается как получение положительных эмоций, которые вырабатывают позитивное отношение к обучению.

Американский профессор Шэрон де Вари⁴⁴ определяет эдьютейнмент как «эффективный баланс между информацией, мультимедийными продуктами, психологическими приемами и современными технологиями».

Профессор итальянского университета Боккони Микела Эддис (Michela Addis) делает акцент на субъект-объектных отношениях внутри образовательной системы, где в качестве субъекта выступает получатель знаний, а объектом является послание, которое одновременно обучает и развлекает, и позволяет получить определённый опыт. Объектом может быть другой человек, событие, мысль, продукт человеческой деятельности. М. Эддис определяет эдьютейнмент как специфическую деятельность, основанную на одновременном обучении и удовлетворении собственного любопытства. Важным здесь является активное участие субъекта в процессе обучения, где он высказывает личностные предпочтения и проявляет индивидуальную реакцию на полученный им опыт. Объект, в свою очередь, находится в движении, передавая ученику одновременно информацию и развлекательный контент⁴⁵.

⁴³ Кондрашова, И. В. Edutainment как современная технология обучения иностранному языку будущих сотрудников правоохранительных органов / И. В. Кондрашова // Правопорядок: история, теория, практика. – 2015. – № 2 (5). – С. 82-85.

⁴⁴ De Vary Sh. Educational Gaming. Interactive Edutainment. Distance learning // For Educators, Trainers and Leaders. – Vol. 5. – Iss. 3. – No. 3. – Boston: Information Age Publishing, 2008. – P. 35–44.

⁴⁵ Addis Michela. New technologies and cultural consumption. Edutainment is born! – Bocconi University – Marketing Department, 2002. – 109 p.

Говоря о негативных сторонах эдьютейнмента, Митчел Резник (Кембриджский университет) убежден, что использование развлекательного элемента в образовании – неблагодарный опыт, а принципы развлекательного образования уместны тогда, когда настоящие действенные методы образования терпят крах. Исследователь считает, что эдьютейнмент используют в качестве вознаграждения за «пустые страдания процесса образования».

В отечественной практике проблемами эдьютейнмента занимаются О. Л. Гнатюк, А. В. Попов, С. В. Кувшинова, Д. Перушев, Н. А. Кобзева и др.

О. Л. Гнатюк, профессор РГГУ им. А. И. Герцена, определяет эдьютейнмент как «цифровой контент, соединяющий образовательные и развлекательные элементы». Компьютер в виду массовой компьютеризации общества стал основным, если не главным, средством обучения, а цифровой контент, который создается с помощью компьютера, носит как развлекательный, так и образовательный характер.

Через обучение посредством развлечения не просто усваиваются знания об определенном предмете и создается осведомленность, как считает преподаватель Московской школы бизнеса А. В. Попов: главное – через переживаемый опыт устанавливается эмоциональная связь у обучающегося с предметом. Игра имеет характер развлечения, преследует цель получения отдыха, служит средством разрядки, но в процессе из обычного развлечения приобретает характер ритуала и увлечения. Поэтому А. В. Попов также вводит термин «игразование» применительно к эдьютейнменту, которое определяет как «донесение одной важной идеи, создание динамических стереотипов, прецедентов, позволяющих учащимся в ситуации реального выбора совершать действия автоматически»⁴⁶. Важно отметить, что в понятие «эдьютейнмент» А. В. Попов не включает информационные технологии.

«Учебный процесс превращается в событие, активное участие, действие для студентов, своеобразный экшн», – пишет С. В. Кувшинов, доктор

⁴⁶ Попов, А. В. Маркетинговые игры. Развлекай и властвуй / А. В. Попов. – Москва: Манн, Иванов, Фербер, 2006. – С. 102. – ISBN 5-902862-22-1.

Института новых образовательных технологий и информатизации при РГГУ. Учебный процесс должен быть событием, медиатеатром, причем не одного актера (преподавателя), а всех участников учебного процесса.

Важно отметить, что эдьютейнмент составляет только малую часть процесса обучения и образования: построить всю образовательную деятельность на эдьютейнменте и стать профессионалом в какой-то области невозможно. Создатель проекта «Теории и практики» Д. Перушев придерживается мнения, что эдьютейнмент не может быть альтернативой классическому академическому образованию. Этот метод может использовать в качестве элемента, внедряемого в процесс регулярного образования, который может разнообразить деятельность, снять напряжение.

В зависимости от целей, в технологии может перевешивать развлекательная или образовательная составляющие, но главное – это их смешение и соотношение, пусть доли их и не всегда равны. Авторы по-разному оценивают соотношение между образовательным и развлекательным компонентами в эдьютейнменте. И. Г. Хангельдиева⁴⁷ на первый план выдвигает развлекательное начало: «Образовательное развлечение – это форма подачи информации, созданная с развлекательной целью, с включением обучающего компонента. Образовательное развлечение предполагает обязательное получение его участниками удовольствия (не только интеллектуального, но и эстетического)».

Н. А. Никитина⁴⁸ делает важное наблюдение об изменении традиционных позиций ученика и учителя – отсутствии потребительской позиции с одной стороны и педагогической тирании с другой, что активно поддерживается обсуждаемыми практиками.

Одна из особенностей использования технологии эдьютейнмента – активное внедрение различных способов влияния на сенсорную сферу

⁴⁷ Хангельдиева, И. Г. Эдьютейнмент как единство сознательного и бессознательного / И. Г. Хангельдиева // Научные труды Московского гуманитарного университета. – 2018. – № 3. – С. 47–59.

⁴⁸ Никитина А. Б. Edutainment как пир культуры // Московский городской педагогический университет. – URL: <https://www.mgpu.ru/edutainment-kak-pir-kultury> (дата обращения: 10.05.2020).

личности⁴⁹. В процесс взаимодействия музея с аудиторией включаются такие выразительные средства, как музыка, свет, мультимедиа, звук, запах, вкус, тактильные ощущения и т. д.

Часть исследователей позиционирует эдьютейнмент как англицизм, имеющий целью создать «красивую упаковку» для давно известной и применяемой опытными педагогами технологии обучения посредством игры. Безусловно, преподаватели-профессионалы всегда включают игровые методики для активизации учебного процесса и повышения эффективности, усвоения. Тем не менее, стоит отметить, что эдьютейнмент возник на почве изменений в обществе XXI века, вызванных, прежде всего, мировой компьютеризацией и доступностью тех благ, которые мы ценим: Интернет, разнообразный и доступный контент – музыка, фильмы и пр. Теперь обучение не привязано к классу и преподавателю, а возможно на дистанции (и времена пандемии Covid-19 нам это показали), а также не может ограничиваться «зазубриванием» параграфов книг и конспектами.

Эдьютейнмент гораздо шире простой игры, так как охватывает все способы передачи информации и обучения в ненавязчивой, свободной и интересной форме: с помощью компьютерных программ, телевизионных передач, образовательных интернет-курсов, музейных выставок и других социокультурных проектов.

Согласно результатам онлайн-опроса, проведенного Е. Ю. Кармаловой и А. А. Ханкеевой в 2015 году среди жителей города Омска, молодежь заинтересована в формате эдьютейнмент-проектов, т.к. молодые люди нацелены на проведение времени с пользой для ума, получение дополнительного образования и приобретения знаний в неформальной обстановке: в кафе или парке, например⁵⁰. Исследователи приходят к

⁴⁹ Шляхтина, Л. М. Рекреационно-образовательная миссия современного музея: образование или развлечение? / Л. М. Шляхтина // Вопросы музеологии. – 2013. – № 2 (8). – С. 206–212.

⁵⁰ Кармалова, Е. Ю. Эдьютейнмент: понятие, специфика, исследование потребности в нем целевой аудитории / Е. Ю. Кармалова, А. А. Ханкеева // Вестник Челябинского государственного университета. – 2016. – № 7 (389). – С. 64–71.

заклучению, что «развлекательное обучение» имеет спрос у молодежи России. За рубежом образовательно-развлекательные форматы применяются уже более 30 лет и стали нормой, в России эта тенденция активно развивается только сейчас. Поэтому на данный момент эдьютейнмент представляется одним из перспективных и актуальных форматов. Технологии эдьютейнмент, как показывают исследования опыта, действительно работает в любой возрастной группе и актуальна, поскольку отвечает востребованным тенденциям.

При первой встрече с термином «эдьютейнмент» может возникнуть логичный вопрос, как развлечение может сочетаться с образовательной деятельностью, воспитанием. На первый взгляд, веселье и игры, наоборот, отвлекают от усвоения материала. Для русскоязычной аудитории важно обратиться к семантике слова «развлечение» и различиях с однокоренными словами. Некоторые ученые склоняются к мнению, что образование и развлечение не сочетаются, а процесс обучения – тяжелый и серьезный труд. Развлечение – определенное занятие, составляющее досуг, доставляющее удовольствие. Привлечение – появление интереса или положительного отношения, побуждающего к дальнейшей деятельности. Увлечение – большой и устойчивый интерес к чему-либо, сопровождающееся полной отдачей, полное погружение в деятельность, сопровождаемое положительными эмоциями. Резюмируя, можно сказать, что развлечение в обучении – это первый этап увлечения учебным процессом, сопровождающееся положительными эмоциями и способствующее эффективному усвоению материала.

Эдьютейнмент сегодня объединяет новейший развлекательный и образовательный контент и технологии, и способствует повышению уровня вовлеченности аудитории при посещении музеев, галерей и других учреждений культуры и образования, а также стимулирует на повторное посещение. Эдьютейнмент-технология завязана на впечатлениях и опыте, которые получает посетитель, благодаря воздействию на все органы чувств, обращению к личному опыту, моделированию ситуаций или симуляции, имеющих практическую пользу и геймификации и театрализации.

Образовательный контент в концепции эдьютейнмента вбирает в себя характеристики видеоигр и аттракционов, компьютеров и других интерактивных цифровых технологий.

Также важен элемент «геймификации» или включение игровых элементов и интерактива. «Игровое повествование» предлагает средство обучения через достижения, но также может быть использовано для управления большими группами посетителей, побуждая их принимать участие в мероприятиях, связанных с выставками.

Сектор развлечений, который изначально считался причудой и отвлекал от серьезного информирования и просвещения гостей музеев и галерей, теперь предлагает новые инструменты для формирования воспоминаний и передачи знаний посредством эдьютейнмента. Несмотря на то, что это направление все еще находится в зачаточном состоянии, объединение навыков, необходимых для развлечения, теперь может быть применено к навыкам, необходимым для обучения. Чтобы реализовать эту двойную миссию (образовательную и рекреационную), музеи все чаще полагаются на интеграцию новых методов и технологий рассказывания историй для погружения и вовлечения аудитории. Специалисты видят большой потенциал в применении интерактивных технологий в музеях. Геймификация и интерактивность могут принести пользу музеям и действительно изменить уровень вовлеченности. Развлечения обеспечивают такой уровень вовлеченности, который мотивирует к обучению и стимулирует удержание внимания. Выброс дофамина и эндорфинов в мозге во время приятных переживаний вызывает положительные ассоциации и стимулирует долговременные воспоминания, а также влияет на сложение отношения к обучению как к приятному занятию.

Тимофеева Л. С. в своей статье «Эдьютейнмент – модный тренд или новый путь музея?» отмечает, что началом развития рекреационного направления в деятельности российских музеев стало увеличение доли интерактивных программ, позволяющих посетителям действовать самостоятельно. Хотя самого понятия «рекреация» относительно музея и его

работы еще не выработано, но некоторые российские ученые дают свои определения, которые можно объединить общим определением, фиксирующим, что рекреация – это любая игра, развлечение и т. п., используемые для восстановления физических и умственных сил. Отталкиваясь от такого определения, музейная деятельность является частью рекреации, и должна также вызывать положительные эмоции и быть оправдана со стороны общества.

Эдьютейнмент вобрал в себя самое лучшее из областей педагогики (принципы педагогики), психологии (коммуникативные теории), информатики (современные информационные и коммуникационные технологии). Положительной стороной эдьютейнмента является то, что методики учитывают половозрастные и другие, в особенности – психологические характеристики разных групп людей.

Далеко не все члены музейного и научного сообщества принимают идею применения синтеза развлечения и образования к детской и другим музейным аудиториям, а расширение рекреационной функции в деятельности современного музея вызывает беспокойство, хотя признают, что современное общество понимает музей не просто как образовательное учреждение, но дом культуры и место проведения досуга с пользой для себя⁵¹.

Практической деятельности музеев в настоящее время посвящено множество статей, тематической литературы и научных исследований.

С. Л. Троянская видит два курса в развитии или перспективе применения эдьютейнмент технологии в музейной деятельности. Одно из них – обращение к эдьютейнменту в работе традиционных музеев, позволяющее найти это успешное соотношение развлекательной и образовательной функций, сделать образование и предоставленную информацию интересной и увлекательной, имеющей практическую полезность и понятной для восприятия в особенности детской аудиторией. Эдьютейнмент-проекты и методики в рамках этого

⁵¹ Будко, А. А. Кризис современного музея: между универсальностью и уникальностью / А. А. Будко // Музей. – 2009. – № 1. – С. 30–41.

направления активно используются музеями науки и интерактивными и детскими музеями. Формы также разнообразные: игры, квесты, квизы, мастер-классы, мозговые штурмы, перформансы, театры, workshop`ы и мн. др. Второе направление применения технологии «эдютейнмент» в музейной практике – создание новых музеев и учреждений музейного типа: лабораторий и частных музеев науки/ техники, городков профессий и профильных детских центров образования и развлечения, «парков чудес».

Опыт применения методов эдютейнмента в российских музеях свидетельствует о расширении его базы. Первоначально возникший как образовательная практика, рассчитанная на детскую аудиторию, в настоящий момент это метод, применяемый для работы с группами разного возраста, профессии и подготовки. Эдютейнмент-практики стали применяться в музеях разного профиля, в том числе и художественных: в качестве примера можно привести деятельность Музея изобразительных искусств им. А. С. Пушкина (серия игр «Арт-лото»), музея-заповедника «Куликово поле» (ролевая игра на основе Куликовской битвы), Государственного музея истории религии (музейная настольная игра «На перекрёстке культур»).

В заключении своего исследования Троянская С. Л.⁵² обозначает опасения и ожидания специалистов о дальнейшем развитии образовательных и рекреационно-досуговых музейных практик. Опасения связаны, прежде всего, с тем, что «агрессия индустрии развлечений» может разрушить статус музея как институции, занимающейся искусством, если мы говорим о художественных музеях, хранящей и исследующей его. Образ музея в сознании посетителей и миссия, которую они транслируют как сохранение культурной памяти человечества, может рассыпаться, упроститься. Ещё одна угроза состоит в том, что вероятным последствием распространения эдютейнмента станет сдвиг от вертикального глубокого систематизированного знания к горизонтальной

⁵² Троянская, С. Л. Музейная педагогика и ее образовательные возможности в развитии общекультурной компетентности : учебное пособие / С. Л. Троянская ; Удмуртский государственный университет, Институт педагогики, психологии и социальных технологий. – Ижевск : Научная книга, 2007. – 139 с.

широте взглядов (несвязанных обрывков информации). А это приведёт к недостатку целостности и последовательности в восприятии музейного знания.

Эдьютейнмент предлагает новые возможности, а также помогает достигать результатов в музейной работе и коммуникации с посетителями, в коммуникации самого человека и культуры. Он способен стать новым средством, позволяющим скинуть оковы «серьезности» и застывленности традиционных музеев, привлечь новую аудиторию и создать позитивный образ культурного образования, в которое хочется возвращаться. «Обучение посредством развлечения» как неформальный способ образования является более гибким и удобным для работы, понятным для восприятия детской и молодежной аудитории.

Вывод параграфа 2

Таким образом, эдьютейнмент, зародившийся как зарубежный подход к образовательной деятельности во второй половине XX века, как отмечают исследователи, частично включает в себя основания «игрового обучения». К настоящему моменту единого представления о его составляющих не сложилось, что позволяет рассмотреть каждую отдельную характеристику как часть эдьютейнмента.

Согласно различным точек зрения исследователей, развлекательное обучение имеет следующие специфические черты:

- применение дидактических средств обучения;
- использование передовых современных технологий, в том числе цифровых / информационных / педагогических / психологических;
- использование интерактивных методов обучения;
- наличием четко обозначенной цели и желаемого результата в организации процесса обучения;
- гарантия достижения конкретного результата существует, если предполагаемый организатор процесса априори знает, что эдьютейнмент не предназначен для получения фундаментальных знаний на длительном отрезке

времени постоянно – невозможно простроить весь процесс обучения, например, в школе или университете только на эдьютейнменте (это, скорее, часть, достраивающая регулярное образование); цели эдьютейнмента более точечные и узкие;

— наличие комфортных условий для участников с точки зрения их физического, психического и эмоционального состояния;

— наличие процесса двухсторонней взаимосвязанной деятельности субъектов образовательного процесса, без позиций «тирана» и «потребителя знаний» (субъект-субъектное общение носителя и получателя знания);

— эдьютейнмент выгодно применим в ситуациях, когда традиционные образовательные методы малоэффективны;

— активная позиция в образовательном процессе: все участники (в т.ч. организаторы) – не пассивно воспринимающие информацию слушатели или наблюдатели, а активные субъекты;

— субъект-участник получает наслаждение и положительные эмоции от конкретной эдьютейнмент-практики, что способствует выработке положительного отношения к образовательному процессу, а следовательно это позволяет перейти от развлечения (т.е. досугового обучения) и создать увлечение предметом и образованием как формой деятельности;

— у участника в процессе обучения на базе эдьютейнмента вырабатывается эмоционально-чувственный опыт, который обуславливает волевую и моральную реакцию индивида;

— увлекательный характер контента и самой практики в концепции «эдьютейнмент» повышает восприимчивость, а потому позволяет эффективно донести идеи до аудитории;

— образование становится событием для всех участников: ученика и учителя как активных субъектов;

— эдьютейнмент побуждает к исследовательской деятельности;

- практики в рамках эдьютейнмент-технологии способны выступить важным элементом, нацеленным на пробуждение интереса у аудитории;
- концепция «эдьютейнмент», апеллирующая к опыту и направленная на получение этого опыта, основывается на обращении к разным формам чувственного познания.

Эдьютейнмент – особая форма коммуникации, где учитель зачастую лишь посредник, а не прямой источник информации. Сама же коммуникация происходит между информацией (четко определенным и дозированным знанием), преподнесенной в интересной и увлекательной форме и активным субъектом-учеником, находящимся в процессе поиска во время такой практики.

Выводы по главе 1

Деятельность музея как социокультурного института на современном этапе определяется основными функциями хранения, коллекционирования и изучения, а также образовательной и рекреационной функциями. Образовательная деятельность в музее имеет длительную историю. Реалии современности вынуждают музеи искать новые способы работы и коммуникации с посетителями. Организация диалога зрителя и культуры реализуется через музейную коммуникацию, осуществляющуюся по принципам выстраивания коммуникационного канала между источником информации и коммуникантом через сообщение от коммуникатора, и все это происходит в рамках специфичного «музейного языка». Музеи в современном обществе ориентированы на новые способы передачи информации, включающие применение интерактивных и информационных технологий и методов работы с аудиторией, способствующих диалогу зрителя и транслируемой культуры (как совокупности ценностей внутри культурных объектов), где музей выступает посредником. Эдьютейнмент как образовательно-развлекательное событие, отчасти противопоставляющееся традиционным методам обучения, имеет ряд специфических характеристик: активный субъект и субъект-субъектное общение, применение современных

технологий, положительные эмоции и опыт, апелляция к нескольким органам чувств, главная цель – увлечение и побуждение к действиям и др. Такое образовательное событие может быть реализуемо в разных формах. Если представить эдьютейнмент-практику как форму культурной коммуникации, то она представляет собой познание культуры через активное и интересное изучение исторических памятников, произведений искусства и других предметов музейных коллекций активным субъектом-участником.

ЭДЬЮТЕЙНМЕНТ В СОВРЕМЕННОМ МУЗЕЕ

2.1 Мировые и отечественные примеры применения эдьютейнмент-практик в музейной деятельности

В предыдущей главе установлено, что понятие «эдьютейнмент» многообразно и объединяет в себе разные методы и формы. Говоря о примерах применения концепции в музейной практике, необходимо рассмотреть ряд разных, но имеющих общие черты и идейное основание случаев.

Заведующая научно-просветительским отделом Приморской государственной картинной галереи г. Владивостока Ю. П. Блаженкова⁵³ рассматривает эдьютейнмент с позиции направления в образовательной деятельности музея, характеризующейся применением современных интерактивных технологий. Приморская картинная галерея внедрила в 2014 году описания текстов к картинам русской живописи второй половины XVIII – начала XX века в виде зашифрованных в QR-коды изображений и текстов (разработчиком программного обеспечения выступила компания по производству музейных гидов «Maugry», г. Самара). Использование такой мультимедийной технологии позволяет легко распознать любым сканирующим устройством (смартфоном, который в настоящее время имеет в личном пользовании посетитель), и не обращаться к экскурсоводу, что расширяет возможности для самостоятельного изучения экспозиции. Но было отмечено, что данная технология работает для индивидуальных посетителей, и не эффективна для организованной группы, которым нужен объединяющий фактор – речь экскурсовода. Опыт показал, что такая технология по-прежнему актуальна для более молодой аудитории (взрослые посетители или люди пенсионного возраста по-прежнему предпочитают воспринимать информацию на слух от специалиста), а также не дает возможности углубленного понимания [5, с. 123].

⁵³ Блаженкова, Ю. П. Современные интерактивные технологии в культурно-просветительской деятельности художественного музея (на примере Приморской государственной картинной галереи) / Ю. П. Блаженкова // Искусство Евразии [Электронный журнал]. – 2020. – № 3 (18). – С. 121–130. – URL: <https://doi.org/10.46748/ARTEURAS.2020.03.010> (дата обращения: 01.05.2023).

Отдельным пунктом стоит выделить ежегодное событие – «Дни Эрмитажа» в Приморской Государственной картинной галерее, в рамках которых проводится ряд мероприятий, связанных с эдьютейнмент-технологией – показ фильма «Эрмитаж. Погружение в историю» с Константином Хабенским в 2017 году, а также использование возможностей виртуальной реальности (VR), где зрители с помощью специальных очков смогли увидеть цифровую копию зала Юпитера в Эрмитаже⁵⁴.

Интерактивные программы не обошли стороной и детскую аудиторию: как пример исследователи приводят проведение приключенческой игры или квеста «Легенды Пелопоннеса», приуроченного к выставке шедевра из собрания Государственного Эрмитажа – краснофигурного кратера IV века до нашей эры. В организации игры использовались методы театрализации (участниками стали сами дети), а содержание игры и вопросы викторины были адаптированы под разные возрастные группы. Такой метод работы, как пишут разные источники, помог познакомить детей с мифами и легендами, историей, искусством и в целом культурой Древней Греции, заинтересовать их. А также помочь понять экспонат, приблизиться к его сути с помощью участия в мини-постановках, разгадывания загадок и собирания изображений из фрагментов фотографий со сценами по мотивам легенд и мифов Древней Греции.

Другим примером может послужить образовательный квест «Путешествие по русскому искусству» (Приморская государственная картинная галерея), где объектами для деятельности и поиска становятся сами художественные произведения. Необходимо отметить важность коллективной деятельности, включенности каждого из участников группы в процесс, а также соревновательный момент (определение победителя), что дает дополнительную мотивацию к участию. В основе квеста заложено задание-проблема с элементами ролевой игры. Такое регламентированное приключение имеет ряд

⁵⁴ Приморская картинная галерея опубликовала программу Дней Эрмитажа // Сетевое издание «Восток-Медиа». – 2017. – URL: <https://vostokmedia.com/news/2017-09-22/primorskaya-kartinnaya-galereya-opublikovala-programmu-dney-ermitazha-565210> (дата обращения: 09.06.2023).

достоинств с точки зрения психологии, как утверждают авторы⁵⁵: помогает развивать уверенность в себе, навыки коммуникации и умения сотрудничать и размышлять, защищать собственную позицию, творчески подходить к решению проблемы, вырабатывать навыки целеполагания. Развитие мышления, памяти и внимания обогащает интеллектуальную сферу ребенка. Преимуществом также является то, что такой формат интересен как детям, так и взрослым, семейной аудитории.

Применение таких технологий в работе музея помогает учесть особенности и желания разной и обширной аудитории, реализовать не только развлекательную, но и образовательную и просветительскую функции.

Инновациями и яркими примерами для подражания в контексте работы с детской аудиторией являются разработки Центра музейной педагогики Государственного Русского музея – компьютерные игры для детей разного возраста: «Царское дело», «Светлячки», «Ровесники». Благодаря использованию компьютера пользователи (игры рассчитаны на детей) в понятной им игровой форме могут познакомиться с экспонатами из фондовой коллекции ГРМ: раскрасить, найти элементы картины или определенные предметы. Компьютерная игра «Светлячки», третья из серии, была создана в 2012 году и предназначена для детей и младших школьников, а также учителей и их родителей. Посвящена игра Русскому музею и русскому искусству, рассматривает проблему света и освещенности в живописи и при взаимодействии с произведениями искусства: «Некоторые проявления этой важнейшей составляющей художественного произведения рассматриваются в отдельных комнатах-блоках заданий – «Радуга», «Последний день Помпеи», «Свет и явления природы», «Светильники разных эпох» и других»⁵⁶. Компьютерная игра основана на 36 живописных произведениях коллекции

⁵⁵ Блаженкова, Ю. П. Современные интерактивные технологии в культурно-просветительской деятельности художественного музея (на примере Приморской государственной картинной галереи) / Ю. П. Блаженкова // Искусство Евразии [Электронный журнал]. – 2020. – № 3 (18). – С. 121–130. – URL: <https://doi.org/10.46748/ARTEURAS.2020.03.010> (дата обращения: 01.05.2023).

⁵⁶ Светлячки // Портал «Виртуальный Русский музей» [сайт]. – URL: <https://rusmuseumvr.ru/data/mediateka/svetlyachki/index.php> (дата обращения: 02.06).

Русского музея, а также интерьерах, предметах убранства и декора. В игре представлены картины К. П. Брюллова, А. И. Куинджи, К. П. Петрова-Водкина и др.

Также сотрудники отдела информационного обеспечения Русского музея разрабатывают интерактивные комнаты в рамках программы «Играя, познаем» с целью формирования интереса и мотивации зрителя к восприятию произведений искусства и выявлению и усвоению смыслов. В настоящий момент интернет-пространство наполнено широким объемом разнообразной информации об искусстве, создающей мнение, что музей уже не актуален. Но зачастую эта информация носит ознакомительный характер, а то количество контента, которое потребляет в день человек, активно пользующийся гаджетами и смартфоном, не способствует глубокому познанию и усвоению. Именно музей как научно-исследовательский институт и образовательное учреждение способен дать точную оценку, знания и ценностные установки, освоению которых помогает взаимодействие (коммуникация) с музеем в различных её формах.

Важно отметить, что технология эдьютейнмент в музейной работе – также дополнительный метод, способствующий увеличению спроса на музейные услуги, но это не главная цель и основная деятельность, которой на самом деле являются сохранение и развитие наследия человеческой культуры⁵⁷.

Эдьютейнмент, и в частности формат настольной игры, постепенно набирает популярность в отечественной музейной практике. Например, в Музее изобразительных искусств им. А. С. Пушкина (Москва) разработана серия игр «Арт-лото», знакомящая с наиболее яркими экспонатами коллекций через установление соответствий изображений друг другу. Подобные материалы и различные музейные продукты (книги, рабочие тетради, иллюстрированные сборники) к 2020-м годам разработаны многими ведущими музеями:

⁵⁷ Блаженкова, Ю. П. Современные интерактивные технологии в культурно-просветительской деятельности художественного музея (на примере Приморской государственной картинной галереи) / Ю. П. Блаженкова // Искусство Евразии [Электронный журнал]. – 2020. – № 3 (18). – С. 121–130. – URL: <https://doi.org/10.46748/ARTEURAS.2020.03.010> (дата обращения: 01.05.2023).

Государственным Эрмитажем, Государственной Третьяковской галерей, и большими всемирно известными музеями⁵⁸.

Образовательно-развивающие проекты в музейном пространстве представляются интерактивными площадками для проведения образовательных программ⁵⁹, и реализуются во всех музеях в настоящее время: они связаны с квестами, мастер-классами и длинными обучающими программами, фестивалями. Пример такого проекта – моделирование собора Василия Блаженного «Строим Покровский собор вместе» от Исторического музея для детей. Игровой формат процесса образования закладывает развитие навыков познания и исследования.

К технологии «эдьютейнмент» обращается и Государственный музей истории религии (г. Санкт-Петербург), открывший уже в 2011 году детский музей «Начало начал», основанный на стратегии «развивающего развлечения». В 2015 году в Государственном музее истории религии была разработана музейная настольная игра «На перекрестке культур» для детей ранней подростковой группы. Содержание данной игры было соотнесено со школьными курсами по истории Древнего мира, МХК, основам религиозных культур и светской этики, при этом сохранялась научная ценность и специфика текстов, адаптированная к особенностям целевой аудитории. Игра состоит из двух уровней: первый предполагает ознакомление с основными терминами с помощью двухсторонних карточек с изображениями предметом из коллекции музея и информацией о нем на обороте (название, комментарии и предназначение). Участники сначала самостоятельно пытаются определить и описать предмет на изображении, а после проверяют себя и дополняют свои собственные суждения и знания. Игра включает также священные изображения, являющиеся достоянием художественной религиозной культуры.

⁵⁸ Шолкина, К. Е. Технология edutainment в образовательной деятельности государственного музея истории религии / К. Е. Шолкина // Вестник Музея археологии и этнографии Пермского Предуралья. – 2016. – № 6. – С.32.

⁵⁹ Щербакова, Е. В. Современные культурные практики: образовательный и развивающий концепт музейного пространства / Е. В. Щербакова // Педагогика и психология образования. – 2014. – № 3. – С. 31–36.

Соревновательный компонент тесно связан с конструктом удовольствия и как следствие, с увлечением участника игры предложенной темой. Смена форм трансляции информации внутри одного проекта – еще одна важная составляющая музейной разработки в духе эдьютейнмента, отвечающая потребности современного ребёнка в переключении каналов активности⁶⁰. На втором этапе сложность повышается в виду одной из возрастных особенностей, связанной с потребностью в решении более сложных задач: участникам необходимо сопоставить карточку с термином, изученным на первом уровне игры, с его изображением, с фрагментом этого изображения. Задача – соотнести названия культовых предметов и понятия с соответствующей религией, верно прокомментировать и в результате собрать пазл с изображениями петербургских зданий. Таким образом, в основу игры закладывается и краеведческий компонент, обращение к уже имеющемуся личному опыту, знаниям о городе. Расширение имеющихся знаний позволит применить это на практике, пережить положительные эмоции от узнавания культовых сооружений и культурных объектов, применить теоретические знания на практике.

Эдьютейнмент также связан с применением новых информационных технологий в организации встречи репрезентантов культуры и посетителя музея. Внедрение технологий дополненной реальности (AR) позволяет оживить сам объект, воссоздать подходящее окружение, погрузить посетителя в мир экспоната, увидеть невозможное. Это дает более яркие впечатления и эмоциональный отклик. Другим достаточно простым и распространенным во многих художественных (и не только) музеях мультимедийным средством является видеопрезентация или фоторяд с возможностью музыкального сопровождения, которое способствует лучшему эстетическому восприятию. Приморская картинная галерея на открытии постоянной экспозиции в 2014 году использовала презентацию, состоящую из фондовых шестидесяти

⁶⁰ Шолкина, К. Е. Технология edutainment в образовательной деятельности государственного музея истории религии / К. Е. Шолкина // Вестник Музея археологии и этнографии Пермского Предуралья. – 2016. – № 6. – С.29–32.

произведений, а в другой экспозиции был создан видеоряд с архивными фотографиями из истории Владивостокского художественного училища. Такая технология позволяет посетителям стать исследователями и открыть для себя произведения из запасников, непредставленные в реальном пространстве, приоткрыть завесу тайны, а также стимулировать интерес через личные ассоциации и воспоминания, если мы говорим о фотографиях прошлых лет⁶¹.

Музеи и образовательные организации создают приложения для сопровождения своих экспонатов и коллекций, а во время всемирной пандемии Covid-19 в 2020-2021 годах приобрели популярность и начали более активно развиваться виртуальные музеи. Хороший пример применения концепции эдьютейнмента – разработанное в 2012 году Нью-Йоркским Музеем Современного искусства (MoMA) приложение для Ipad Moma Art Lab⁶², которое было доступно для скачивания в Apple App Store, в настоящий момент в App Store его не существует. Приложение бесплатно, и рекомендуется для детей в возрасте от 7 лет и их родителей. «Творческая лаборатория MoMA» позволяет создавать собственные произведения искусства и изучать шедевры из коллекции Музея Современного искусства Нью-Йорка. Интерфейс интуитивно понятен. Открыв приложение, большую часть работы пользователь выполняет в главном поле, состоящем из изначально белого холста, цвет которого можно изменить. В нижней части экрана расположены инструменты для создания изображений – различные геометрические фигуры и формы, а также инструмент для создания свободных линий от руки, и палитра цветов и оттенков. После того, как пользователь создаст своё произведение, можно сохранить изображение в личную галерею со всеми работами. С левой стороны от холста расположены три иконки, обозначающие разделы: нижняя для творчества и рисования. Средний из трех значков (перекрещенные карандаш и ножницы) – переход в окно «Activities», где пользователь, говоря языком

⁶¹ Соловьева, А. А. Технологии дополненной реальности в музейном пространстве / А. А. Соловьева // Наука без границ. – 2020. – № 1 (41). – С. 48–52.

⁶² The new MoMA Art Lab iPad App // Official channel of The Museum of Modern Art. – YouTube. – 2012. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=FM4P42ChR2o> (дата обращения: 01.06.2023).

компьютерных игр, может выбрать одну из множества мини-игр или заданий. Дается инструкция с указаниями действий: вырезать фигуру, составить из слов стихотворение, или приступить к созданию 2 разных произведений по правилам: «использовать 4 цвета», «рисовать не прямые линии», «линии не должны пересекаться» и пр. Если «встряхнуть» гаджет, на виртуальный холст в случайном порядке лягут различные формы, таким образом, создается личный дадаистский коллаж пользователя. Последний зеленый значок с лампочкой в верхнем левом углу открывает раздел «Идеи», где собраны работы разных художников с конца 19 века: Анри Матисс, Элизабет Мюррей, Жан (Ханс) Арп и другие, чтобы вдохновиться и узнать новое, а также около 20 идей создания произведений: создать человека, используя геометрические фигуры, создать человека, используя органические формы, комбинировать формы и линии, чтобы создать монстра. Примечательно, что кроме создания фразовых озвученных стихотворений, пользователю дана возможность создать собственную музыкальную композицию, ассоциирующуюся с цветами.

Данное приложение позволяет пользователю исследовать, как художники используют формы, линии и цвета. Это попытка синтеза творческой деятельности художника, части художественного процесса и просветительской деятельности по ознакомлению пользователя с современным искусством, возможность создания собственного произведения искусства на основе полученных знаний и визуального материала.

Рассмотрение зарубежного опыта необходимо как один из самых ранних примеров деятельности музеев по созданию приложений как программы, соединяющей в себе как рекреационно-досуговый, так и образовательный и творческий компоненты. Поскольку в ту пору и по настоящий момент большинство приложений для планшетов и телефонов от музеев и учреждений музейного типа носили и носят информационный характер, т.е. содержат в себе аудиогиды по выставкам, информацию о музее (время работы, стоимость входного билета, расписание выставок и экскурсий), его фондовой коллекции, постоянных и временных экспозициях, тексты о конкретных произведениях

искусства и музейных предметах, а также исполняют навигационную функцию. Позже отечественные музеи также начинают создавать приложения с другим содержанием и целями, как, например вышедшая в 2015 году первая образовательная игра-конструктор пейзажей на основе работ Фёдора Матвеева «Пейзаж. Арт-конструктор» от Государственной Третьяковской галереи (только для планшетов). Приложение содержит конструктор пейзажей из отдельных фрагментов, руководство по созданию классических пейзажей и изображения работ Ф. Матвеева с комментариями специалистов.

Последним проектом, который стоит рассмотреть как подходящий под рамки концепции эдьютейнмент в музейной практике, является выставка-лаборатория «Цвет и краска» в рамках образовательно-выставочного проекта «Искусство как творческий процесс: Смотреть. Видеть. Знать» в Восточном павильоне Михайловского замка Русского музея. Она проходила с 17 сентября по 13 октября 2022 года. Второй стала выставка-лаборатория «Предмет. Силуэт и форма». Выставка-лаборатория состояла из 15 «станций», цель организации которых – желание пробудить интерес ребенка к познанию с помощью игровых моментов, интересных фактов, взаимодействия с интерактивными объектами⁶³. Рассчитанная на детей от 10 лет, выставка-лаборатория предполагала индивидуальный путь прохождения в зависимости от подготовки ребенка, но маршрут ограничен. Путеводителем и главным помощником в этом исследовании является рабочая тетрадь, в которой содержатся все пояснения, вопросы и задания, необходимая дополнительная информация. Изучая оптические иллюзии, законы смещения цветных лучей света, ребята вовлекаются в исследование (что является принципом организации выставки-лаборатории) и отвечают на вопрос, в чем различия цвета, света и краски.

Выводы параграфа 2.1

Рассмотрение отечественного опыта и одного показательного мирового примера свидетельствует о том, что музеи, работающие с произведениями

⁶³ Выставка-лаборатория «Цвет и краска» // Русский музей : официальный сайт. – 2022. – URL: [http://rusmuseum.ru/pavilions-mikhailovsky-castle/exhibitions/vystavka-laboratoriya-tsvet-i-kraska-/#rmPhoto\[gallery21987\]/0/](http://rusmuseum.ru/pavilions-mikhailovsky-castle/exhibitions/vystavka-laboratoriya-tsvet-i-kraska-/#rmPhoto[gallery21987]/0/) (дата обращения: 31.05.2023).

изобразительного искусства, все чаще используют передовые технологии, в особенности информационные, а также ведут активную работу с детской аудиторией. Разработка мероприятий, в том числе для детей, подростков и молодежи, обновление экспозиций, работа с музейными предметами, интерактивность, как видится, способствуют созданию мотивации для многократного посещения музея. Опыт применения эдьютейнмента в музеях России демонстрирует разнообразие форматов и значимость ключевых оснований для совмещения образования и развлечения – расчет на эффективную и запоминающуюся коммуникацию посетителя и культурной реальности, представляемой в музее, а именно – искусства, в т.ч. отечественного, его смыслов и тенденций, задач, решаемых искусством в разные эпохи.

2.2 Эдьютейнмент в практиках Музейного центра «Площадь Мира» (г. Красноярск)

Данное исследование привлекает опыт Музейного центра «Площадь Мира» как одного из лидеров в разнообразии форматов для работы с детской аудиторией. Музеи Красноярска богаты на применение практик, совмещающих образование и рекреацию, в данном случае на выбор повлияло и то, что эдьютейнмент-практики, связанные с искусством, в данном музее имеют длительно существующие проекты. Например, сообщество «Книгоигр» в социальной сети Вконтакте создано 6 лет назад – 15 сентября 2017 года, и эта практика до сих пор развивается и живет.

2.2.1 Результаты наблюдения практик эдьютейнмента в Музейном центре «Площадь Мира»: проект «Книгоигры»

В рамках практической части исследования проведено включенное наблюдение практики «Книгоигры» (даты: 25.05.2023 и 27.05.2023). Занятия музейного клуба состоялись на территории Музейного центра «Площадь Мира».

Благодаря использованию метода включенного наблюдения, позволяющего быть в позиции активного субъекта-участника, а также стороннего наблюдателя за явлением (практикой «Книгоигр») в реальном времени, появляется возможность для более глубокого анализа практики с точки зрения ощущений как участника, взаимодействия с другими участниками, возможность собрать их краткие мимолетные реакции и мнения.

Необходимо указать особенности, которые позволяют рассмотреть данный формат (клуб «Книгоигры») как музейную эдьютейнмент-практику:

1. Создание комфортных условий для детей: свободная рассадка: пол, стулья, светлое и уютное помещение, возможность присутствия родителей, которое в таком возрасте значимо для ребёнка и выступает основой чувства безопасности даже в новых условиях. Отсутствие жестких ограничений: требований абсолютной тишины, ровной посадки.

2. Методы ведения диалога с аудиторией: грамотно заданные вопросы, которые касались личного мнения, опыта, вопросы, мотивирующие на работу воображения.

3. Аттрактивная подача содержания: используется проектор, который выводит на стену красочную презентацию, содержащую информацию о предмете и цели практики, иллюстрации, правила распорядка и игры.

4. Позиция участника: практика развивает навыки работы в команде, умение слушать и слышать, а также позволяет каждому участнику во время игры стать главным, тем, кто принимает решение - настоящим активным субъектом.

В то же время стоит отметить, что события проекта «Книгоигры» выступают не просто увлекательными занятиями с детьми по содержанию интересных детских книг, но в большей степени связаны с искусством, представленным в залах Музейного центра. И это в первую очередь музейная коммуникация, т.е. такая коммуникация между посетителем музея и музеем, в которой можно выявить следующие элементы: 1) источник информации как документируемая сфера действительности: актуальная для занятия книга, художественный опыт и экспозиция/ экспонаты музея; 2) коммуникатор: команда проекта «Книгоигры», профессионалы музейного и экскурсионного дела, а также практики музейной педагогики; 3) сообщение, особая «музейная» информация о сфере действительности – источнике информации, оформленная в особого рода музейную «знаковую конструкцию»: сообщение, объединяющее содержание книги и выставки, позволяющее понять сущность направления в искусстве или произведений искусства, представленных в залах; 4) коммуникационный канал от источника к потребителю: практика, реальное взаимодействие участников (в т.ч. организаторов), предполагающая поиск ответов на актуальные вопросы; 5) коммуникант, музейный посетитель: семьи – дети и родители.

Музейный клуб «Книгоигры» создает события, которые позволяют ввести детей в культурный контекст, который помог бы им более ясно

взаимодействовать с произведениями искусства, находящимися в музее, иметь основания для рассуждения и понимания их.

Описание хода практики «Книгоигры».

В рамках первой наблюдаемой встречи участникам (учащиеся 1-2 класса школы) было предложено сыграть в настольную игру по книге-энциклопедии Ольги Нечаевой «Великая Тартария и семь её гостей. Большое сибирское путешествие». После подведения итогов игры и рефлексии организаторами проведена небольшая обзорная экскурсия по выставке «Василий Суриков. К 175-летию со дня рождения».

Это событие также создает условия для вхождения его участников в культурный контекст с целью их дальнейшей эффективной коммуникации с произведениями искусства на экспозиции. Вот как об этом говорит текст на странице Музейного клуба в соцсети Вконтакте, приглашающий принять участие в этой встрече: «Увидеть в оригинале шестиметровое полотно «Покорение Сибири Ермаком Тимофеевичем» – уже достаточный повод, чтобы прийти в Музейный центр «Площадь Мира» на выставку работ Василия Сурикова. Но наша гипотеза состоит в том, что для понимания смысла этой работы стоит погрузиться в контекст того, что изобразил талантливый художник. Поэтому мы приглашаем в это воскресенье на занятие в формате познавательной игры по книге-энциклопедии «Великая Тартария и семь её гостей. Большое сибирское путешествие», вышедшей в прошлом году в издательстве «Абракадабра». Ольга Нечаева – автор одновременно и текста, и визуального оформления книги. В результате образы и факты поддерживают друг друга, облегчают информацию и увлекательно знакомят с историей открытия и освоения Сибири и Дальнего Востока. Книга предлагает семь способов исследовать когда-то страшную и таинственную Тартарию... После такого погружения участники смогут экспертно взглянуть на исторический момент, запечатленный Суриковым, а также порассуждать, как художник трактует это событие».

Мероприятие музейного клуба включало в себя следующие этапы.

1. Встреча участников и вступление, имеющее цель ввести участников в контекст встречи и объяснить, чему посвящена встреча. В наблюдаемом мероприятии на первом этапе дети слушали модератора-организатора, которая рассказала о книге, о Тартарии. Действие представляло собой беседу-экспозицию того, что будет в дальнейшем, детям кратко рассказали о правилах.

2. Вторым этапом состоял в том, что участники переместились в другое помещение, где были расставлены столы для каждой из команд, за которыми дети разместились по 6-7 человек (5 команд). Им было предложено сыграть в настольную игру по книге Ольги Нечаевой про Тартарию⁶⁴. Изначально дети себе представляли Тартарию как сказочную страну, но в ходе игры познакомились с тем, что этот термин обозначает географическое название земель Центральной Азии от Каспийского моря до Индии и Китая. Такой термин в негативной коннотации использовали западноевропейские картографы и ученые в периоды Средневековья и Нового времени, но в контексте книги слово «Тартария» используется для обозначения земель Сибири. Сама автор книги Ольга Нечаева, говоря о побуждениях для создания данной книги, объяснила, что решила сделать книгу про Сибирь «как шаг в неизвестность, на чужую территорию»⁶⁵, что также поддерживается визуальным оформлением книги.

Игра разработана авторами музейного клуба. Цель игры – исследовать как можно больше земель во время «интеллектуальной экспедиции», что фактически выражается в задаче продвинуть фишку команды как можно дальше по игровому полю. Участник команды выбирает себе одну из 7 ролей (у каждого – своя): Воин, Ученый, Узник, Художник, Мастер, Мыслитель или Добытчик, чтобы в каждой из команд были представлены все роли. Участникам выдаются ресурсы, которые они тратят на выполнение задания в рамках

⁶⁴ Нечаева, О. Е. Великая Тартария и семь ее гостей. Большое сибирское путешествие / О. Е. Нечаева ; Москва: Абракадабра, 2022. – 72 с. – ISBN • 978-5-907423-33-6.

⁶⁵ Великая Тартария. Как томский иллюстратор придумала и нарисовала книгу про Сибирь // Томский Обзор (электронный ресурс). – 2022. - URL: <https://obzor.city/article/664585---velikaja-tartarija.-kak-tomskij-illjustrator-pridumala-i-narisovala-knigu-pro-sibir> (дата обращения 07.06.2023).

«экспедиции» или войны с другими командами, если они находятся на одном поле. Один член команды как минимум один раз за всю игру был активным игроком. Активный игрок (новый в каждом раунде) выбирает вид задания: «добыча» новых ресурсов или «экспедиция», требующая траты имеющихся ресурсов для продвижения фишки команды по игровому полю. Задания представлены в виде логических задач и вопросов, содержание которых включало факты из истории Сибири, Дальнего Востока и всей России, хода завоевания земель в XVII-XVIII вв., а также вопросы о культуре и этнографии, археологии и даже архитектуре г. Томск (примеры вопросов: Как назывались передвижные дома в тайге? Как спасти прадеда Александра Пушкина – Ганнибала? Что такое «острожек»?). В ходе раунда команда коллективно обсуждает варианты ответа, но определяет и принимает решение в каждом раунде активный игрок, что требует брать на себя ответственность за судьбу команды. У каждой из команд есть наблюдатели – взрослые, задача которых – удостовериться в верности действий команды, в том, что ребята верно поняли вопрос и передвинули фишку.

3. Третий этап: после 7 раундов подводятся итоги, кто насколько продвинулся дальше по карте, а кто собрал больше всех ресурсов.

В настольной игре соединяется образовательный и развлекательный компоненты, так как характер мероприятия как развлечения формируется самим форматом игры, духом соперничества, а образование реализуется через основное содержание, проводниками которого становятся ведущие игры и раздаточные материалы (карточки с заданиями, карта Тартарии). Игра увлекла детей, что выражалось в их активном участии при обсуждении вопросов, а также желании быть активным игроком, который выберет задание и будет «вести» их команду вперед.

4. На заключительном этапе мероприятия детей распределили на две группы, и экскурсоводы повели их на выставку «Василий Суриков. К 175-летию со дня рождения», где показали главные работы: «Покорение Сибири Ермаком Тимофеевичем», «Взятие снежного городка», «Посещение царевной

женского монастыря», две работы «Вид памятника Петру I на Сенатской площади в Санкт-Петербурге». Игра имела продолжительный характер (1,5 часа), и это сказалось на их сосредоточенности, вероятно, их внимание уже было немного рассеяно. Тем не менее, экскурсия, построенная в вопросно-ответной, диалоговой форме помогла детям встать в позицию исследователей. Например, при беседе около картины «Покорение Сибири Ермаком Тимофеевичем» экскурсоводы задали ребятам вопросы «Что Вы видите? Видите ли Вы шамана? Где расположены предводители войск? Что Вы можете сказать о видах оружия одной и другой вооруженных групп людей?» и т.п. В вопросах и обсуждениях экскурсоводы обращались к тем знаниям, которые получили дети во время игры: об остроге, о Сибири, о коренном населении этих земель и верованиях. Конечно, для более полного погружения и считывания смыслов необходимы знания из курса по Истории России XVII-XVIII вв., которых у детей 1-2 класса еще не имеется. Но они уже проявили исследовательские умения, которые выражались в активной позиции (не слушателя, а участника дискуссии) и целом ряде действий: в наблюдении и описании того, что они видели, применении приобретенных знаний, умении объяснить свою позицию, почему они сделали такое умозаключение и решили, что человек в центре казачьего войска в стальном шлеме с вытянутой вперед рукой – завоеватель Ермак, или кто победил, если учесть особенности изображения (ближе к нам находятся большие фигуры казачьей дружины Ермака Тимофеевича). Погружение в контекст истории Сибири, безусловно, помогло детям интуитивно и логически приходить к тем или иным выводам об изображенном на картине. Концепция выставки и особенности построения экспозиции – старинные предметы под стеклом в выемках в полу, фотографии и объем самого помещения дают ощущение простора, эпохальности и громадности. Детям такого возраста хотелось смотреть ближе и трогать, исследовать пространство и экспонаты, что было невозможно в части экспозиции, где выставлены шедевры русской живописи конца XIX века. В то же время стоит отметить, что игра и подготовила детей к встрече с

произведениями В.И. Сурикова, и открыла многое о месте и городе, в котором живут участники «Книгоигр». Новое представление о привычном для человека месте жизни, его истории, деталях жизни на этой земле в другие эпохи, а также о том, что из этого до сих пор осталось в нашей современной жизни – это один из интереснейших образовательных результатов данного события проекта. Таким образом, стоит отметить, что в применении к отечественному искусству эдьютейнмент-практики работают как актуализирующие идентичностные по характеру знания и дающие возможность переноса полученного знания участником на себя и свой образ жизни.

Это событие из череды встреч проекта «Книгоигры» позволяет назвать данный проект практикой совмещения развлечения и образования и показывает эффективность эдьютейнмент-подхода в работе музея с посетителями в контексте выставок отечественного искусства.

Второе наблюдение было проведено 27.05.2023 в Музейном центре «Площадь Мира». Занятие музейного клуба «Книгоигры» именовалось «Зверский квест», это была детективная игра по книге Анны Старобинец «Зверский детектив» для младших школьников.

Из характеристик и специфики проведения мероприятия можно выделить черты, которые уже были упомянуты выше: комфортная обстановка, вопросы про них, раздаточные материалы, обозначение правил и использование презентации. Отличительной чертой этой практики стало присутствие актеров-игротехников, которые играли роли подозреваемых в совершении преступления (воровства торта), а ребятам ставилась цель найти вора. Дети разделились на команды и по заранее заготовленному маршруту и списку из 10 вопросов отправились проводить допрос героев, дабы выяснить нестыковки. Стоит сказать, что этот пример встречи из цикла «Книгоигр» в наименьшей степени обращается к коллекции и экспозициям Музейного центра, а в качестве образовательных результатов, скорее, содержит освоение участниками способов коммуникации и слаженной работы в команде, а также пробу и развитие навыков логического мышления. Но в то же время этот пример

практики позволил проследить особенности организации эдьютейнмент-практики и работы организаторов с участниками, вовлечения участников в процесс, специфику работы с таким репрезентантом культурной реальности, как книга (книга «Зверский детектив» выступила основой игры, практика исключала прямое и полное ее воспроизведение – чтение всего текста книги).

Оценивая обе практики как примеры коммуникативного акта, организованного музеем с целью формирования «культурного моста» между аудиторией и репрезентируемой игровым событием культуры, необходимо выделить его составляющие и условия, способствующие успеху или представляющие препятствия для того, чтобы коммуникация людей и культуры случилась. Итак:

1) В качестве коммуникантов в обоих наблюдаемых практиках находились дети и их родители;

2) Коммуникатором выступали игротехники и ведущий-модератор встречи, в обоих случаях это была научный сотрудник культурно-просветительского отдела Музейного центра «Площадь Мира» Катерина Любимова, идеолог-основатель и менеджер музейного клуба «Книгоигры»;

3) Источником информации стал музей (пространство и экспонаты выставки) и музейный клуб, функционирующий внутри него, книга, ставшая основой игры, организаторы события;

4) Коммуникационный канал как материальная сторона движения смыслов и коммуникации являлись как вербальными, так и невербальными: как, например, жесты и мимика игротехников, так и речевое сопровождение и общение, чтение и слушание, а также логика игры и всех элементов и этапов события;

5) Сообщения, раскрывающее заложенные смыслы, содержалось в книгах как основе для эдьютейнмент-практики, раздаточных материалах, экспозиции и живописных произведениях.

Стоит отметить также, что в случае встречи по книге «Великая Тартария и семь ее гостей», участники узнавали новое не только о далекой эпохе, но, скорее, о месте, где они живут, т.е., можно сказать, о самих себе.

2.2.2 Анализ экспертного интервью о практиках эдьютейнмента в Музейном центре «Площадь Мира» (проект «Книгоигры»)

После наблюдения музейных образовательно-развлекательных практик в Музее современного искусства «Площадь Мира» в рамках исследования проведено экспертное интервью с основателем музейного клуба «Книгоигры» и одним из авторов событий проекта Катериной Любимовой. Гайд вопросов для интервью представлен в приложении А, полный текст интервью – в приложении Б.

Экспертное интервью оказалось весьма полезными для исследования. Анализ интервью позволяет выделить основные черты эдьютейнмент-события, проводимого музейным клубом «Книгоигры»: апелляция к личному опыту и создание этого опыта (необходимость практических занятий, выполнения действий), активность субъекта: «Настоящее образовательное событие строится на том, что ты проживаешь некоторый опыт и его рефлекслируешь. Эта связка «прожить и отрефлексировать» обязательна. Мне показалось в какой-то момент, что я могу взять эту аналогию и перенести на культурный опыт: тебе нужно сперва пережить культурный опыт, его отрефлексировать, связать это со своей жизнью».

Рассматривая приведенный экспертом пример европейского опыта работы музея по введению в контекст для лучшей последующей коммуникации с подлинными музейными предметами и произведениями искусства, необходимо подчеркнуть то, что музеи, работающие с искусством и культурами разных эпох, должны учитывать особенности групп посетителей, ведь целью всей работы является донесение культурных смыслов. Одними из способов введения в контекст, в частности, детской аудитории, по мнению эксперта, могут быть детские музеи, позволяющие обратиться к сенсорике, и адаптирующие подачу информации под специфику мышления аудитории: «...про эту моду делается большая детская выставка, где можно трогать, смотреть, плести, ткать. Ребенок узнает, как разные новые материалы используются в спорте, космонавтике, медицине – внедряется немного

профориентационного контекста. И после этой выставки ты готов гипотетически вести этих подростков в другой день на взрослую выставку, потому что им как минимум часть вещей стала понятна. У них есть контекст: они понимают, кто такой ткач. Для них было важно активно образовываться, после чего ты будешь готов к другому типу информации».

В качестве методов, которые используются в рамках конкретного наблюдаемого эдьютейнмент-формата при работе с аудиторией, эксперт называет следующие: 1) продвигающие вопросы – вопросы, апеллирующие к опыту участников, провоцирующие на фантазию, открытые вопросы, вопросы-мнения; 2) модераторское ведение; 3) фасилитационные методы:

«Фасилитация – направление тренерской работы (есть разница между тренерами, коучами, модераторами). У фасилитатора есть задача привести группу из точки А в точку Б так, чтобы группа сама понимала, что ее туда ведут. В зависимости от возраста и от задач фасилитаторы часто работают очень открыто (с подростковой и взрослой аудиторией), делаются промежуточные рефлексии о том, идем ли мы быстро к цели, или есть вещи, которые нам нужно переделать. Очень часто фасилитаторы работают на стратегических сессиях в бизнес-корпорациях, где топ-менеджер требует, чтобы был обсужден новый план, его необходимость, составляющие, как он может быть реализован. И это модерируется именно фасилитатором».

Положительной чертой эдьютейнмента в музейной практике эксперт называет получение участниками положительных эмоций от практики, образовательной деятельности, что способствует более успешному дальнейшему развитию и может повысить шансы того, что человек станет постоянным посетителем музея, не будет бояться углубиться. Но не менее важна регулярность именно такого формата, чтобы сформировать навыки общения с искусством: «...необходимо подчеркнуть важность эмоционального опыта. Один из принципов фасилитации – тебе необходимо потратить время и все усилия на установление эмоционального контакта с группой».

Одним из условий успешности коммуникации человека и культуры в рамках эдьютейнмента эксперт называет «бэкграунд» коммуниканта – его знания, личный опыт, компетенции, которыми он владеет, интеллектуальный уровень развития, от которого зависят возможности проведения различных интеллектуальных операций для считывания смыслов и усвоения информации. Знания, которыми обладает участник, также имеют значение – контекст создания, современная ситуация: «Вы всегда помните, что у Вас есть участник с его опытом, у вас есть объект, который Вы просматриваете, Вы понимаете, что их опыт и их способ смотрения может отличаться от того, что дает автор».

Основу «Книгоигр» составляют три главнейшие составляющие – творчество, его презентация и рефлексия. Творчество – такая же рефлексия, только практическая, способ усвоить, осмыслить, выразить свое отношение к усвоенному: «существует творческий способ самопознания, когда ты что-то делаешь и можешь встретиться с результатами своей собственной работы. Это очень сильно расширяет возможности человека для стабилизации своего психологического состояния».

«...это может быть игра, творческое задание, выполняя которое участники обязательно рефлексиируют. Они рефлексиируют содержательно: «Что была за цель? Как вели себя люди в команде? Что было легко, что было сложно?». Рефлексия идет сразу на уровнях освоения информации, взаимодействия в группе: «Совпало ли это с тем, что я хочу? Где я во всем этом?»».

В основе практики также лежит ориентир на равенство участников – родители тоже могут принимать участие, хотя зачастую они предпочитают наблюдать. Участники должны быть активными, а чтобы их мотивировать, ищутся такие предметы для исследования или источники информации, которые способны заинтересовать, увлечь, побудить к действию: прежде всего, важна визуальная составляющая, так как эстетические ощущения составляют часть успешной коммуникации с произведением искусства.

«...мы искали книжки художников, исходя из позиции, что людям будет интересно то, что они могут посмотреть. Мы – музей визуальный, значит у нас

не просто актер, который по ролям читает эту книжку. Нам важно показывать картинки, нам важно учить смотреть...».

По мнению эксперта, посетитель музея современного искусства, посетитель музея, взаимодействующий с искусством, должен быть насмотренным, у него должно быть развито визуальное мышление. Он должен быть готовым к интеллектуальной работе с произведением, и требуется эти его возможности сформировать.

Культурная коммуникация в рамках «Книгоигр» строится на основании того, что выбирается культурный объект (чаще всего книга, но может выступать также выставка, художественное произведение), и диалог с ним происходит как раскрытие уровней культурных смыслов, заложенных в объект: контекста, ценностей. Более глубоко раскрывать и усваивать все смыслы в этой эдьютейнмент-практике помогает воздействие на разные органы чувств и условия для активной мыслительной деятельности: «Гипотеза такая, что во время эдьютейнмент-форматов у участника в процессе проживания задействовано больше органов чувств, идет более активная мыслительная деятельность, а не просто восприятие на слух. И он может как-то относиться к информации, рефлексировать, опровергать, интериоризировать. Существует гипотеза, что чем активнее процесс проживания и восприятия информации, тем активнее культурная коммуникация».

Выводы главы 2

Рассмотрение примеров эдьютейнмент-проектов в мировой и отечественной музейной деятельности, а также интервью и наблюдение как методы практической части исследовательской работы позволили сделать следующие выводы:

1. Музеи активно внедряют эдьютейнмент и отдельные его положения для образовательной и других видов деятельности, особенно работы с детской аудиторией как аудиторией, которая будет ходить в музей на протяжении своей

жизни, расширяя свои познавательные навыки и интеллектуальное и духовное содержание.

2. Музеи нацелены на интерактивность и внедрение и использование современных цифровых технологий.

3. Практики эдьютейнмента в музеях воздействуют на все органы восприятия, обращаются к личному опыту, имеют целью заинтересовать, мотивировать, вызвать эмоции и создать положительное отношение к полученной информации и самому образовательному процессу, а также посещению музея.

4. Для ведения практик эдьютейнмента важны навыки организатора и ведущего, модератора встречи, который должен владеть методами работы с группами, педагогическими знаниями (если мы говорим о работе с детской и подростковой аудиторией).

5. Практика эдьютейнмента с целью формирования эффективно действующего «культурного моста» между посетителем музея и культурной реальностью, репрезентируемой его экспозициями, привлекает культурный контекст, помогающий работать с предметами искусства.

6. Для успешной коммуникации в рамках эдьютейнмента в музее и раскрытия смыслов необходим эмоционально-чувственный опыт участника и его рефлексия.

7. Эдьютейнмент-практики показывают успешность и эффективность их применения в современных музейных проектах, посвящённых отечественному искусству.

8. Одной из важных возможностей эдьютейнмента в проектах, посвящённых отечественному искусству, можно назвать близость контекста, возможность экстраполяции получаемой информации на современное участникам общество и место их жизни, эдьютейнмент-практика позволяет, таким образом, обновить, обогатить знание участников о самих себе и том, к чему они ощущают себя причастными – отечественному искусству, культуре, истории, месту жизни – глобальному (страна) и локальному (Сибирь, город).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В рамках выпускной квалификационной работы была поставлена цель изучения специфики практик эдьютейнмент и их возможностей в проектах, посвященных отечественному искусству, достижение которой было реализовано через решение обозначенных задач исследования. В ходе работы изучены теоретические основания изучения эдьютейнмента в рамках образовательной деятельности и как коммуникации человека и культуры, а возможности применения этой технологии в музейной деятельности определены в практической части работы, составляющей рассмотрение опыта работы музеев искусства России и мира, а также проведения наблюдения и экспертного интервью по итогам наблюдаемой эдьютейнмент-практики.

Выводы теоретической части:

Музеи в виду социокультурных изменений общества оказываются в ситуации необходимости поиска новых действенных форм работы с посетителями, что подтверждается расширением музейного функционала в виду новых потребностей и особенностей современной музейной аудитории. Но «погоня» за трендами и большим количеством посетителей не должна превратиться в самоцель, так как музей продолжает следовать избранной миссии, стремится не терять свою уникальность и продолжать реализовывать все свои функции, среди которых с недавнего времени фиксируется и рекреационная.

Музейная коммуникация как отдельное направление музейной работы и исследовательское поле, нуждается в дальнейшей проработке, и выступает ориентиром для проработки методов работы с аудиторией и музейным фондом, экспозициями. Курс на интерактивность и внедрение цифровых, информационных и других современных технологий, обозначившийся несколько лет назад, по-прежнему актуален, особенно, как считают специалисты, для локальных музеев.

Эдьютейнмент зародившийся как подход к организации образовательной деятельности имеет ряд преимуществ как практика работы по ведению процесса обучения, в том числе и ввода в культуру, а также может реализовывать выполнение ряда новых функций музея. Эдьютейнмент имеет ряд специфичных черт и основных положений: использование новшеств из областей цифровых технологий, педагогики и психологии; активная позиция участников образовательного процесса; упор на получение практических знаний, чувственного опыта и установления эмоциональной связи с изучаемым объектом; введение в контекст; обращение к уже имеющемуся личному опыту; увлекательность и понятность контента; основание для появления мотивации к обучению и познавательно-исследовательской деятельности; событийность; положительный и приятных характер процесса. Эдьютейнмент реализует культурную коммуникацию как познание культуры через активное участие и интересное изучение предметов культуры субъектом в особых условиях, способствующих постижению через эту практику культурных смыслов.

Вторая глава как практическая часть исследования была посвящена анализу мирового и отечественного опыта применения эдьютейнмент-технологии в музейной образовательно-досуговой деятельности, а также анализу проведенных наблюдения и интервью с экспертом. В результате наблюдения и проведенного экспертного интервью, был получен материал, анализ которого позволил заключить, что теоретические аспекты исследования эдьютейнмента как образовательной практики подтверждаются при перенесении специфики этого способа организации образовательного события в музейное пространство. А также имеют положительные результаты, а значит, эффективны и рекомендуются для использования в рекреационной, коммуникативной и образовательно-культурной деятельности музеев. Опыт, рассмотренный в практической части выпускной квалификационной работы, подтверждает факты и ценность теоретических выводов исследования.

На основании вышеизложенного можно выделить ряд ключевых тезисов.

Эдьютейнмент как метод работы с различной аудиторией позволяет привлечь посетителей в музей, и реализовать различные направления музейной работы.

Эдьютейнмент при использовании в музейном проекте может помочь реализовать различные потребности, в том числе и образовательные, и потребность в рекреации, восстановлении энергетического баланса человека.

Эдьютейнмент позволяет зрителю стать активным субъектом при взаимодействии с музейными предметами, в частности – произведениями искусства, что может повысить эффективность освоения образовательного содержания культурных идеалов.

Эдьютейнмент-практики показывают успешность и эффективность их применения в современных музейных проектах, посвящённых отечественному искусству.

Эдьютейнмент дает возможность участнику данной практики освоиться к культурном контексте, в результате чего подготовиться к наиболее эффективному диалогу с произведениями искусства, в частности – отечественного, и иметь основания для активного взаимодействия с репрезентантами культуры, быть вооруженным для проникновения в их смыслы.

Одной из важных возможностей эдьютейнмента в проектах, посвященных отечественному искусству, можно назвать близость контекста, возможность экстраполяции получаемой информации на современное участникам общество и место их жизни. Эдьютейнмент-практика позволяет, таким образом, обновить, обогатить знание участников о самих себе и том, к чему они ощущают себя причастными – отечественному искусству, культуре, истории, месту жизни, как глобальным (страна), так и локальным (регион, город).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Актуальная ситуация развития сектора «эдьютейнмент» для детей в России / С. Г. Косарецкий, М. А. Кудрявцева, К. А. Фиофанова ; Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Институт образования. – Москва : НИУ ВШЭ, 2018. – 36 с.
2. Асонова, Е. А. Право на культуру: опыт интеграции ресурсов музеев в образовательный процесс / Е. А. Асонова, К. С. Киктева, А. Н. Россинская // Вестник Московского государственного педагогического университета. Серия : Педагогика и психология. – 2018. – № 2. – С. 63–77.
3. Бакиева, Д. А. Новая модель образовательной деятельности музея в условиях XXI века / Д. А. Бакиева // Педагогический журнал Башкортостана. – 2020. – № 1 (86). – С. 64–72.
4. Бережная, А. М. Художественный музей в коммуникативном пространстве современности: ценностные ориентиры и практики / А. М. Бережная // Мир Русского Слова. – 2018. – № 4. – С. 115–120.
5. Блаженкова, Ю. П. Современные интерактивные технологии в культурно-просветительской деятельности художественного музея (на примере Приморской государственной картинной галереи) / Ю. П. Блаженкова // Искусство Евразии [Электронный журнал]. – 2020. – № 3 (18). – С. 121–130. – URL: <https://doi.org/10.46748/ARTEURAS.2020.03.010> (дата обращения: 01.05.2023).
6. Большакова, Ю. М. Оценка педагогических функций и практик современных музеев / Ю. М. Большакова, С. Н. Большакова, Н. А. Михальченкова // Вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры. – 2020. – № 3 (44). – С. 108–116.
7. Будко, А. А. Кризис современного музея: между универсальностью и уникальностью / А. А. Будко // Музей. – 2009. – № 1. – С. 30–41.

8. Великая Тартария. Как томский иллюстратор придумала и нарисовала книгу про Сибирь // Томский Обзор (электронный ресурс). – 2022. - URL: <https://obzor.city/article/664585---velikaja-tartarija.-kak-tomskij-illjustrator-bridumala-i-narisovala-knigu-pro-sibir> (дата обращения 07.06.2023).

9. Выставка-лаборатория «Цвет и краска» // Русский музей : официальный сайт. – 2022. – URL: [http://rusmuseum.ru/pavilions-mikhailovsky-castle/exhibitions/vystavka-laboratoriya-tsvet-i-kraska-/#rmPhoto\[gallery21987\]/0/](http://rusmuseum.ru/pavilions-mikhailovsky-castle/exhibitions/vystavka-laboratoriya-tsvet-i-kraska-/#rmPhoto[gallery21987]/0/) (дата обращения: 31.05.2023).

10. Галкина, Т. В. Музейная педагогика XXI века: социальные и образовательные проекты как новая форма работы с детской и молодежной аудиторией / Т. В. Галкина // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2009. – № 8. – С. 5–10.

11. Гафар, Т. В. Художественный музей как субъект образовательного процесса / Т. В. Гафар // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2010. – № 8. – С. 20–23.

12. Глухова, И. Л. Музей и посетитель: новые подходы во взаимодействии в современном мире / И. Л. Глухова // Молодой ученый. – 2018. – № 24 (210). – С. 341–344.

13. Гнатюк, О. Л. Основы теории коммуникации: учебное пособие / О. Л. Гнатюк. – Москва : Кнорус, 2012. – 256 с. – ISBN: 978-5-406-00229-2.

14. Горбачева, Е. В. Эдьютейнмент — он повсюду, или Современное подрастающее поколение нужно учить по-другому / Е. В. Горбачева // Молодой ученый. – 2020. – № 1 (291). – С. 130–132.

15. Доровенчик, Е. И. Приемы эффективной коммуникации в музейной экскурсии / Е. И. Доровенчик // Баландинские чтения : сборник статей. – 2014. – № 1. – С. 438–445.

16. Ересова, В. В. Модернизация музейной коммуникации в условиях общества потребления / В. В. Ересова // Вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры. – 2019. – № 2(39). – С. 92–96.

17. Ильбейкина, М. И. Современные музейные практики: 2000–2012 гг. / М. И. Ильбейкина // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – №1.
18. Караманов, А. В. Организация интерактивной музейной среды: от методов к моделям / А. В. Караманов // Вопросы музеологии. Музейное образование и образование в музее. – 2012. – № 2. – С. 171–178.
19. Кармалова, Е. Ю. Эдьютейнмент-проект в сфере культуры (на примере арт-пространства «Открытый омский пленэр») / Е. Ю. Кармалова // Наука о человеке: гуманитарные исследования. – 2019. – № 2 (36). – С. 67–72.
20. Кармалова, Е. Ю. Эдьютейнмент: понятие, специфика, исследование потребности в нем целевой аудитории / Е. Ю. Кармалова, А. А. Ханкеева // Вестник Челябинского государственного университета. – 2016. – № 7 (389). – С. 64–71.
21. Кобзева, Н. А. Edutainment как современная технология обучения / Н. А. Кобзева // Ярославский педагогический вестник. – 2012. – № 4. – С. 192–195.
22. Колбышева, С. И. Педагогика искусства: психологический аспект / С. И. Колбышева // Человек. Культура. Образование. – 2019. – № 2 (32). – С. 213–223.
23. Кондрашова, И. В. Edutainment как современная технология обучения иностранному языку будущих сотрудников правоохранительных органов / И. В. Кондрашова // Правопорядок: история, теория, практика. – 2015. – № 2 (5). – С. 82–85.
24. Кошаев, В. Б. Педагогика искусства и методология культурного наследия / В. Б. Кошаев // Вестник Удмуртского университета. – 2006. – № 9. – С. 45–52.
25. Купцова, И. А. Современные медиа как средство неформального образования в сфере искусства: возможности и риски / И. А. Купцова // Медиа. Информация. Коммуникация [Электронный ресурс]. – 2021. – Т. 36. – № 2. – URL: <http://mic.org.ru/vyp/36-2/36-kuptsova.pdf> (дата обращения: 20.05.2023) .

26. Лапин, Е. С. Гипертекстовая модель музейной коммуникации / Е. С. Лапин // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. – 2021. – № 55. – С. 90–99.
27. Лесохина, А. М. Музейная педагогика в России: теория и практика / А. М. Лесохина, Ж. В. Мурзина // Педагогические и социальные вопросы образования : материалы Всероссийской научно-практической конференции / Северо-Западный институт управления ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ». – Чебоксары, 2020. – С. 128–132.
28. Лысенко, Е. А. Средства музейной коммуникации в ГМПИР: прошлое, настоящее и будущее / Е. А. Лысенко // Политическая история России. Теория и музейная практика : сборник научных трудов. – Санкт-Петербург : Любавич, 2019. – С. 237–249.
29. Макеева, И. А. Педагогические аспекты музейной деятельности: историко-теоретический анализ / И. А. Макеева // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2012. – № 3 (40). – С. 113–117.
30. Матьянова, И. В. Музей как одно из средств образовательного процесса / И. В. Матьянова // Роль государства и институтов гражданского общества в сохранении родных языков и литератур : сборник материалов Международной научно-практической конференции / сост. А.С. Егорова. – Чебоксары: Среда, 2021. – С. 185–187.
31. Музей как пространство образования: игра, диалог, культура участия : сборник статей / сост. Н. Копелянская. – Москва, 2015. – 236 с.
32. Музейная коммуникация: модели, технологии, практики : научное издание / отв. ред. В. Ю. Дукельский. – Москва, 2010. – 199 с.
33. Нечаева, О. Е. Великая Тартария и семь ее гостей. Большое сибирское путешествие / О. Е. Нечаева ; Москва: Абракадабра, 2022. – 72 с. – ISBN · 978-5-907423-33-6.

34. Образовательная функция художественной культуры : [монография] / В. И. Жуковский [и др.]. – Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2013. – 222 с. – ISBN 978-5-7638-2924-2.

35. О проблемах и перспективах развития музейного дела в Российской Федерации : результаты комплексного социологического исследования : анализ мнений музейного сообщества и населения РФ (реальных и потенциальных посетителей) / Министерство культуры Российской Федерации, РОСИЗО, Институт Наследия. — Москва : Институт Наследия, 2019. — 282 с.

36. Полякова, О. В. Образование в музее / О. В. Полякова, Ж. В. Мурзина // Тенденции развития образования: педагог, образовательная организация, общество – 2022 : материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Чебоксары, 2022. – С. 288–293.

37. Попов, А. В. Маркетинговые игры. Развлекай и властвуй / А. В. Попов. – Москва: Манн, Иванов, Фербер, 2006. – 320 с. – ISBN 5-902862-22-1

38. Приморская картинная галерея опубликовала программу Дней Эрмитажа // Сетевое издание «Восток-Медиа». – 2017. – URL: <https://vostokmedia.com/news/2017-09-22/primorskaya-kartinnaya-galereya-opublikovala-programmu-dney-ermitazha-565210> (дата обращения: 09.06.2023).

39. Пшеничная, С. В. Музей как информационно-коммуникативная система : специальность 24.00.03 «Музееведение, консервация и реставрация историко-культурных объектов» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата культурологии / Пшеничная Светлана Викторовна ; Санкт-Петербургский государственный университет культуры и искусств. – Санкт-Петербург, 2000. – 219 с.

40. Равикович, Д. А. Из истории сибирских музеев в XIX в. // История музейного дела в СССР. – М., 1987. – 463 с.

41. Рачина, Б. С. Организация педагогической практики в контексте педагогики искусства / Б. С. Рачина // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – 2017. – № 185. – С. 114–122.

42. Российская Федерация. Законы. О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации : Федеральный закон от 26.05.1996 № 54-ФЗ : редакция от 11 июня 2021: с изменениями и дополнениями, вступившими в силу с 1 июля 2021. – КонсультантПлюс : справочная правовая система [сайт]. – URL: <http://www.consultant.ru>. (дата обращения: 13.05.2023).

43. Сапанжа, О. С. Развитие представлений о музейной коммуникации / О. С. Сапанжа // Известия Российского Государственного Педагогического Университета им. А. И. Герцена, 2009. – № 103. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-predstavleniy-o-muzeynoy-kommunikatsii> (дата обращения: 02.06.2023).

44. Сапук, Т. В. Применение технологии «Эдьютейнмент» в образовательной среде университета / Т. В. Сапук // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2016. – № 8 (173). – С. 30–34.

45. Светлячки // Портал «Виртуальный Русский музей» [сайт]. – URL: <https://rusmuseumvrm.ru/data/mediateka/svetlyachki/index.php> (дата обращения: 02.06).

46. Соловьева, А. А. Технологии дополненной реальности в музейном пространстве / А. А. Соловьева // Наука без границ. – 2020. – № 1 (41). – С. 48–52.

47. Столяров, Б. А. Музейная педагогика. История, теория, практика : учебное пособие / Б. А. Столяров ; Москва : Высшая школа, 2006. – С. 21.

48. Суворова, А. В. Музей как феномен культуры / А. В. Суворова // Международный научно-исследовательский журнал. – 2016. – № 11 (53). – С. 98–100.

49. Тарасова, М. В. Коммуникативные основы художественной культуры : [монография] / М. В. Тарасова, В. И. Жуковский ; Сибирский федеральный университет. – Красноярск: СФУ, 2010. – 145 с.

50. Тимофеева, Л. С. Эдьютейнмент – модный тренд или новый путь музея? / Л. С. Тимофеева // Культура и взаимодействие народов в музейных, научных и образовательных процессах – важнейшие факторы стабильного развития стран Евразии: сборник научных трудов: в 2 ч. / отв. ред.: М. Л. Бережнова, А. А. Ильина, С. Н. Корусенко. – Омск: Наука, 2021 – Ч. 2 . – С. 100–108.

51. Троянская, С. Л. Музейная педагогика и ее образовательные возможности в развитии общекультурной компетентности : учебное пособие / С. Л. Троянская ; Удмуртский государственный университет, Институт педагогики, психологии и социальных технологий. – Ижевск : Научная книга, 2007. – 139 с.

52. Фофин, А. И. Роль музеев в образовании и воспитании личности / А. И. Фофин // Magister Dixit: научно-педагогический журнал Восточной Сибири. – 2013. – № 3. – С. 315–322.

53. Хангельдиева, И. Г. Эдьютейнмент как единство сознательного и бессознательного / И. Г. Хангельдиева // Научные труды Московского гуманитарного университета. – 2018. – № 3. – С. 47–59.

54. Хангельдиева, И. Г. Эдьютейнмент: от телевизионного формата до современных социальных и образовательных практик / Хангельдиева И.Г., Богданова Е.М. // Культура и образование в современном обществе: стратегии развития и сохранения: сборник научных статей по материалам всероссийской научной конференции / отв. ред. Т. В. Коваленко. – Краснодар: Экоинвест. – 2013. – С. 206–218.

55. Чаплыгина, Е. С. Интерактивные формы работы с посетителями современных музеев / Е. С. Чаплыгина // Молодой ученый. – 2020. – № 15 (305). – С. 397-401. – URL: <https://moluch.ru/archive/305/68674/> (дата обращения: 15.01.2023).

56. Ченцова, О. В. Отечественные музеи в условиях интерактивности: современные тенденции развития музейной образовательной среды / О. В. Ченцова // Наследие веков. – 2019. – № 4 (20). – С. 106–112.

57. Шляхтина, Л. М. Музейная педагогика : учебно-методическое пособие / Л. М. Шляхтина ; Санкт-Петербургский государственный институт культуры, Факультет мировой культуры. – Санкт-Петербург : СПбГИК, 2021. – 60 с.
58. Шляхтина, Л. М. Рекреационно-образовательная миссия современного музея: образование или развлечение? / Л. М. Шляхтина // Вопросы музеологии. – 2013. – № 2 (8). – С. 206–212.
59. Шляхтина, Л. М. Социальные практики современного музея: границы доступности / Л. М. Шляхтина // Вопросы музеологии. – 2014. – № 2 (10). – С. 10–15.
60. Шолкина, К. Е. Технология edutainment в образовательной деятельности государственного музея истории религии / К. Е. Шолкина // Вестник Музея археологии и этнографии Пермского Предуралья. – 2016. – № 6. – С. 29–32.
61. Щербакова, Е. В. Современные культурные практики: образовательный и развивающий концепт музейного пространства / Е. В. Щербакова // Педагогика и психология образования. – 2014. – № 3. – С. 31–36.
62. Этический кодекс ИКОМ для музеев // ИКОМ России. – URL: https://icom.museum/wp-content/uploads/2018/07/code_russia2013-1.pdf (дата обращения: 10.05.2023).
63. Addis, M. New technologies and cultural consumption. Edutainment is born! – Vocconi: Vocconi University – Marketing Department, 2002. – 109 p.
64. De Vary, Sh. Educational Gaming. Interactive Edutainment. Distance learning / Sh. De Vary // For Educators, Trainers and Leaders. – Vol. 5. – Iss. 3. – No. 3. – Boston: Information Age Publishing, 2008. – P. 35–44.
65. The new MoMA Art Lab iPad App // Official channel of The Museum of Modern Art. – YouTube. – 2012. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=FM4P42ChR2o> (дата обращения: 01.06.2023).

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Вопросы для экспертного интервью с Катериной Любимовой, научным сотрудником научно-просветительского отдела Музейного центра «Площадь Мира».

1. Специфика наблюдаемой практики («Книгоигры»):

1) Как появилась идея таких событий (проекта «Книгоигры»? Что подтолкнуло к этой идее? В чем основной смысл проекта, как бы Вы сформулировали?

2) Как проектировалось данное мероприятие (технология создания, методология)? Какой опыт, и какие проекты Вы рассматривали, на что опирались при создании своей практики? Что Вы позаимствовали, посчитали полезным? А чем Ваш проект выгодно отличается от других?

3) Какие цели были поставлены в основе данной практики, и как они реализуются? Что, как планировалось, должны освоить участники, с чем встретиться и познакомиться?

4) Специфика мероприятия: особые методы и действия, которые дают определённый эффект при работе с участниками практики? Например, как строится общение аудитории и культуры, что помогает участникам приблизиться к содержанию книги / практики / экспозиции / искусства?

5) Если учитывать, что Вы на этих событиях организуете встречу людей, которые пришли на «Книгоигры», и какого-то интересного фрагмента культуры, запечатленного в книге и экспозициях музея (практиках искусства), можно ли описать, что помогает этой встрече состояться? Как создается культурный мост между аудиторией и культурой, с которой Вы их знакомите?

6) В чем плюсы проводимой практики? Может быть, после проведения ряда таких практик, Вы выявили и минусы или недочеты, которые впоследствии устранили?

7) Насколько эффективна эта практика для разных категорий участников мероприятия и в целом как формат? Существуют критерии и

показатели эффективности проведенного мероприятия? Получают и усваивают ли знания участники, которые приходят на практику? Что говорит о том, что встреча людей и культуры состоялась?

8) Опишите, пожалуйста, наиболее удачный, на Ваш взгляд, опыт конкретного занятия в рамках «Книгоигр». Были ли случаи недостаточно удачных событий? Можно их описать? В чем, как Вы считаете, могли быть причины такой недостаточности?

9) Есть ли зависимость усваивания знаний от ряда факторов: длительности мероприятия, тематики, возраста участников и пр.?

10) Каково соотношение в наблюдаемой практике развлечения и обучения? Как соблюдать баланс, и нужен ли он?

11) Каковы, на Ваш взгляд, особенности работы в зависимости от аудитории: младшая / средняя / старшая школа / взрослые / пенсионеры / люди с особенностями развития / инвалиды или люди с особыми потребностями?

12) Какие другие проекты, реализуемые в музее, на Ваш взгляд, можно включить в область «образовательно-развлекательной» деятельности?

2. Эдьютейнмент:

1) Эдьютейнмент («развлекательное образование» или «обучение через развлечение») – перспективный метод работы с музейной аудиторией в современных реалиях, на Ваш взгляд? В чем Вы видите его перспективность?

2) В чем, как Вы считаете, заключаются преимущества и недостатки развлекательного обучения?

3) Какие существуют риски использования такой практики в музейной работе?

4) Может ли эдьютейнмент стать культурным мостом между современностью и культурой прошлого, между произведением искусства, экспонатом и зрителем (активным субъектом)? Как эдьютейнмент, на Ваш взгляд, выполняет эту функцию культурной коммуникации?

5) Эдьютейнмент является эффективным средством для создания заинтересованности у посетителей к изучаемой проблеме, экскурсии, искусству, музею?

6) Какого участника, на Ваш взгляд, предполагают такие музейные события? Какова его роль, к чему надо быть готовым, насколько активной должна быть включенность участника?

7) Какова роль предмета коммуникации, как фрагмента культуры, представленного в книге / практике искусства / экспозиции? Как Вы отбираете материал? Это каким-то образом зависит от предполагаемой аудитории, каким?

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Интервью с Катериной Любимовой, научным сотрудником научно-просветительского отдела Музейного центра «Площадь Мира».

(Разговор-вступление о проекте для постоянной экспозиции Музейного Центра «Площадь Мира»)

— Кто такой Ленин? Кто такой Сталин? На тебя смотрят пятиклассники как на человека, который произносит набор русских слов, ничего не значащих. ... Но ты при этом понимаешь, что вещи они узнают (многие видели эти вещи на дачах), и мы пытались предпринять разные попытки понять, как работать с выставками через попытки геймификации. Я бы не назвала это игровым форматом.

— **Как появилась идея таких событий (проекта «Книгоигры»)? Что подтолкнуло к этой идее? Как бы Вы сформулировали, в чем основной смысл проекта?**

— Об этом я рассказывала в интервью для Интернет-журнала «Папмамбук» и России 24.

— **Как проектировалось данное мероприятие (технология создания, методология)? Какой опыт, и какие проекты Вы рассматривали, на что опирались при создании своей практики? Что Вы позаимствовали, посчитали полезным? А чем Ваш проект выгодно отличается от других?**

— Существует много исследований неформального образования, которые ставят за основу то, что у человека должен случиться опыт. Только потом на основании этого опыта можно каким-то образом с ним начинать взаимодействовать и развивать. Настоящее образовательное событие строится на том, что ты проживаешь некоторый опыт и его рефлексировать. Эта связка «прожить и отрефлексировать» обязательна. Мне показалось в какой-то момент, что я могу взять эту аналогию и перенести на культурный опыт: тебе нужно сперва пережить культурный опыт, его отрефлексировать, связать это со

своей жизнью, и только после этого ты готов к совершенно незнакомому. Моя гипотеза состояла в том, что существует аудитория без опыта в силу возраста, без образования или профессиональных знаний... 7 лет (улыбается) ... И у них нет точки, с которой они могут смотреть на современное искусство. А современное искусство – оно очень хитрое. Ты думаешь, что оно – «каляка-маляка» или непонятная пластиковая штука, и ты при этом видишь 5 процентов вершины айсберга. Потому что современное искусство обязательно укоренено в традицию, в культурный «бэкграунд», в политическую адженду, в актуальный диалог. И если ты не знаешь всего того могучего контекста, то ты можешь говорить «Моя бабушка может лучше!», «Современное искусство – это искусство, сделанное из свалки!» и выдвигать другие поверхностные суждения... Я в этот момент не адвокатирую современное искусство и не говорю, что все произведения – шедевры. Они потому и современные, что большая часть должна остаться просто актуальной и только некоторые вещи уйдут в вечность. Но чтобы на самом деле смотреть произведения искусства современных художников, у тебя должен быть очень большой бэкграунд, и на этом строится неравенство пользователей музея. Если люди приходят в Третьяковку и смотрят картины передвижников, им проще анализировать эту работу, потому что она не требует от них такого большого бэкграунда. Поэтому очень многие музеи заявляют позицию: «Наш зритель должен воспитываться с детства». Во-первых, он должен быть насмотренным, он должен научиться делать очень много реально мыслительных процессов: реконструировать, достраивать контекст, быть в курсе повестки, понимать, как и с чего строить рассуждение. Это серьезная интеллектуальная работа. Музеи все привыкли работать с экскурсиями. И с точки зрения неформального образования экскурсия как фронтальный метод работы с аудиторией является: а) устаревшим, б) совершенно непригодным для работы с детской и подростковой аудиторией. На самом деле, ни с какой. Если взрослый будет вежливо слушать до конца экскурсии и тихонечко потеряется или будет стараться воспринимать тебя и задавать какие-то вопросы, то подростки, дети просто отваливаются,

шумят, балуются или открыто демонстрируют отсутствие интереса. Когда я начала работать в музее, я с этим столкнулась. Несмотря на то, что это очевидный опыт, он не меняет многих вещей в музейных практиках. Экскурсия остается самым распространенным заказом от классных руководителей для школьников среднего звена. У нас сейчас просят экскурсии для детей про Сурикова, и когда ты слышишь возраст 9 лет, ты понимаешь, что не можешь «впихнуть» в течение 30-40 минут всю историю Древней Руси, а также Нового Времени, и немного истории искусства в голову девятилетнего мальчика или девочки. Поэтому люди, которые работают в неформальном образовании, знают про жесткое ограничение интеллектуальной работы и говорят: «Мы не сможем дать им 100%. Круто, если они унесут 5%, но чтобы они унесли 5%, им нужно это прожить – самостоятельно, активно, в очень насыщенной эмоциональной мотивационной обстановке».

Поэтому возникла простая идея взять книжки для детей. Мы исходили из того, что потенциальная аудитория музея – люди, понимающие ценность интеллектуальных практик. Гипотетически, это люди, которые читают. Если нам нужна семейная аудитория, то мы придумываем, что это книжки, которые люди могут читать вне музея. Они могут видеть пользу в том, что мы сейчас вместе с ними это прочитаем, они узнают какие-то новинки. Поэтому мы начали работать с издательствами: мы читаем книжки только современных издательств. Не Чуковского, но не потому что он – древний, советский писатель, а потому что это знакомая фамилия, люди могут это сделать без нас. А вот, например, Дэвида Макки и его Слона Элмера мало кто знает. Также мы искали книжки художников, исходя из позиции, что людям будет интересно то, что они могут посмотреть. Мы – музей визуальный, значит у нас не просто актер, который по ролям читает эту книжку. Нам важно показывать картинки, нам важно учить смотреть. Потому что важно «искусство видеть», вопрос умения видеть – столько книг об этом.

Мы занимаемся не только творческой практикой. Мне хотелось создавать какие-то объекты, с которыми в идеале можно взаимодействовать и после нашего занятия. Пример: в декабре 2022 мы делали адвент-календари. У нас на занятии дети его придумывали и делали, но мы закладывали практику того, что можно класть не только подарочки, но давать какие-то маленькие задания, пожелания, которые придумывались на занятии и засовывались в эти домики. И потом нам сами родители присылали фотографии, как дети искали место, где разместить этот адвент-календарь, придумывают задания для мам, пап, сестер. Эта ценность вошла через этот адвент-календарь, и она провоцирует дальнейшую коммуникацию.

— Т.е. цели, которые Вы поставили в основу практики: воспитывать аудиторию музея с раннего возраста, воспитывать навыки, визуальное мышление и тому подобное? Что, как планировалось, должны освоить участники, с чем встретиться и познакомиться?

— Понятно, что это цели со стороны организации. Сейчас меня интересует вопрос: «А какие потребности я закрываю?». Это же мой личный интерес, чтобы люди ходили в музей, мне это важно. Это круто, когда у людей развито визуальное мышление, но некоторые мне скажут, что есть куча крутых людей, у которых не развито визуальное мышление.

Пока у меня родилась версия, что в целом мы хотели создать пространство, где родители и дети могли бы творчески общаться, культурно коммуницировать, в том числе по поводу произведений искусства в музее, выйти из своих привычных бытовых ролей «родитель» и «ребенок». Другой вопрос, который я обдумываю: «Зачем вообще каждому человеку нужно развивать свою творческую составляющую, творчески самовыражаться?». Если у человека есть дополнительный канал саморефлексии кроме как крутящиеся разговоры в голове или разговоры с друзьями за чашкой кофе, существует творческий способ самопознания, когда ты что-то делаешь и можешь встретиться с результатами своей собственной работы. Это очень сильно

расширяет возможности человека для стабилизации своего психологического состояния. Он может выбрать в качестве опоры не изотерический или религиозный путь. Творчество для меня это противопоставление религии в том смысле, что ты можешь в творчестве найти и утешение, и ответы, но оставаться в своем уме, найти свой способ работы с трансцендентным, не через церковь. Я не против всего этого, но мне просто кажется, что есть разные способы быть с чем-то высшим.

Первое мое образование – филолог-лингвист. Я заканчивала факультет иностранных языков педагогического университета. Соответственно, у меня есть педагогический опыт и филологический, соответственно. С 2004 года я плотно занималась молодежными обменовми между разными странами, и чтобы работать с ними, нам нужна была повестка демократии, экологии, альтернативного гражданского образования. И я столкнулась с большим количеством зарубежного опыта неформальной педагогики – педагогики приключений, где простой выход в лес мыслится как «вектор саморазвития», заканчивая примерами фонда Роберта Боша. Они очень много работают, с тем, как работать с гражданскими ценностями и с аудиторией от детей до взрослых. Они использовали множество методов, и многое строилось на концепции «edutainment», согласно которой Вы в первую очередь проживаете какой-то опыт: это может быть игра, творческое задание, выполняя которое участники обязательно рефлексируют. Они рефлексируют содержательно: «Что была за цель? Как вели себя люди в команде? Что было легко, что было сложно?». Рефлексия идет сразу на уровнях освоения информации, взаимодействия в группе: «Совпало ли это с тем, что я хочу? Где я во всем этом?». В 2009 году я поступила в «Шанинку» – Московскую высшую школу социальных и экономических наук. Там я обучалась на факультете управления социокультурным менеджментом, и писала работу по управленческим методам в социокультурных проектах: как они могут развивать город, урбанистику.

По большому счету, это все направлено на то, чтобы формировать субъектность участника, их понимание того, что они могут воздействовать, потому что для демократии ключевым является убежденность участника процесса в том, что они могут менять мир, у них есть на это силы, их идеи будут не впустую.

— **Как вы начали работать в музее?**

— Я несколько лет была директором Центра дополнительного образования «Твори-Гора», придумывала проекты, а потом решила учиться в «Шанинке». После окончания обучения меня позвали в Филармонию, где я проработала заместителем директора по маркетинговому развитию, и параллельно в какой-то момент я начала быть куратором Красноярской ярмарки книжной культуры. Из-за рождения второй дочери я ушла с должности в Филармонии и работала какое-то время в Управлении образования города. Но за 6-8 месяцев я поняла, что там нельзя сделать то, что я хотела. Когда Мария Букова стала директором музея, я подумала, что все идеи, которые мне не удалось воплотить, будучи в команде Управления образования, можно воплотить изнутри музея. И я предложила ей запустить детско-подростковые интерактивные программы, не экскурсии. Я тогда не знала, какие они могут быть, поэтому первые 1,5-2 года ушли на эксперименты, было очень смешно. Например: «Есть музей Исторический музей в Москве, они создали замечательный квиз. Давай мы его сделаем для наших школьников – детей 6-7 лет». Я переделываю этот квиз для нашей выставки, к нам приходит класс, которому мы предлагаем этот квиз. Через полчаса я нахожу мальчика в уголке, он ничего не посмотрел, почти плачет, и я понимаю, что он не может прочитать вопрос. Существуют ситуации, когда музеи делают что-то, представляют это на конференциях так, будто это выдающийся продукт. Ты начинаешь это делать со своими участниками, и понимаешь, что это не работает? Почему?

У меня было много разных стажировок: я работала в немецких музеях. В Европе очень развиты молодежные и детские музеи. Очень часто они идут в

тандемной связке с основным главным музеем. Например, есть краеведческий музей Штутгарта, где собраны вещи кельтской культуры. И экспонаты необходимо экспонировать при определенных условиях, не дышать на них и не трогать. Сложно делать какие-то интересные форматы. И поэтому у них есть целая большая башня, которая называется «Молодежный детский музей». Они берут ту же тематику основной экспозиции, но делают это так, чтобы можно было трогать, играть, развиваться. Я когда была там первый раз, я видела очередь, около которой стояли вешки, на которых написано: «Если Вы здесь стоите, то ожидание в очереди составит 1,5 часа». И люди стояли 1,5 часа с детьми, чтобы попасть на эти детские выставки. Это очень умный интерактивный аттракцион. Эти вещи меня поразили. Я хотела взять интервью у куратора выставки и выяснила, что у нее был опыт неформального образования, она очень долго работала со сложными подростками. Они пользуются теми же вещами, которым я обучалась на семинарах. Они очень долго добивались того, чтобы им выделили пространство. Например, в основной экспозиции выставляют одежда и интерьеры XVII века: парчовые платья, подсвечники и т.д. Рядом информация для осмысления – сколько стоило сил, чтобы сделать белую рубашку, какой доход, и ты понимаешь, что ее мог позволить себе князь. Музейные работники говорили, что такая выставка предназначена для самостоятельного изучения, пассивного восприятия, экскурсий, «паблик-токов». А им требовалась еще и интерактивная детская. И, например, про эту моду делается большая детская выставка, где можно трогать, смотреть, плести, ткать. Ребенок узнает, как разные новые материалы используются в спорте, космонавтике, медицине – внедряется немного проф-ориентационного контекста. И после этой выставки ты готов гипотетически вести этих подростков в другой день на взрослую выставку, потому что им как минимум часть вещей стала понятна. У них есть контекст: они понимают, кто такой ткач. Для них было важно – активно образовываться, после чего ты будешь готов к другому типу информации.

— **Может ли практика «Книгоигр» или формат эдьютейнмента примени не только к детской аудитории, а более взрослой? Каковы, на Ваш взгляд, особенности работы в зависимости от аудитории: младшая / средняя / старшая школа / взрослые / пенсионеры / люди с особенностями развития / инвалиды или люди с особенными потребностями?**

— «Книгоигры» как формат, в котором мы выбираем книжки, заточен под потребности родительско-детской аудитории. Наша основная целевая аудитория основного формата «Книгоигр» – родители, потому что они принимают решение, они – главные бенефициары. Дети получают, но не они принимают решение. А желание ходить к нам каждый вечер воскресенья в течение нескольких лет – это уже обоюдные совместные решения, не без родителя. Но взрослый человек, принимая решение там, находится в позиции родителя, он принимает решение не только для себя, но для ребенка.

Мы отдельно сделали и обкатали в прошлом году и в этом году программу для подростков, но там наша целевая аудитория и те, кто принимал решения, были классные руководители. Это форматы, в которых мы очень усиленно примешивали методы неформального образования, креативных игры и рефлексии, выставок и конечного продукта. Мы строим весь процесс для подростков, но непосредственно кто к нам приходит и какой результат мы хотим получить, зависит от заказчика - классного руководителя, которому важно поработать с психологическим климатом в классе, или провести проектную работу в классе. Есть программа «Говорящие вещи» - аудиогид по «Музею Революции» музейного центра «Площадь Мира», записанный детьми. Другой проект – «Шаг навстречу» - про то, чтобы ребята научились договариваться в классе. Совсем со взрослыми я только хочу запустить игру «Номо Soveticus» – приложение для планшета, связанное с постоянными экспозициями музейного центра «Площадь Мира». Она будет рассчитана на аудиторию не ниже 14 лет, или в идеале на студенческую аудиторию, и понравится совсем взрослым людям. В ней есть немного образовательного

эффекта, и этой аудитории это будет интересно. Я боюсь, что люди около 60 лет и так все знают, и им, может быть, будет не так интересно, или не будет носить образовательного эффекта.

В какой-то момент на подобии «Книгоигр» мы запустили «Опыты искусства», подумав с коллегами, что должна быть практическая часть, где участники что-то делают. На уровне концепции это сделали мы с Александрой Семеновой, а потом коллеги уже продолжили эту работу, ведь как только ты сталкиваешься с аудиторией, ты вынужден на ходу додумывать и менять исходя из того, какая аудитория. Принципиально было то, что люди сначала получают некоторую дозу информации, а потом практическим образом рефлексируют: создают что-то свое. Вначале, была вещь, которая привлекала – взаимодействие с художником, который делает практики. А сейчас поменялись лекторы и кураторы, и возможно хотят других вещей от этого проекта. Поэтому сложно сказать, что «Опыты искусства» - это геймифицированная практика. Но они тоже построены на том, что человек получает информацию/опыт, и ее воплощает.

— **Не могли бы Вы перечислить особые методы/действия, которые дают определённый эффект при работе с участниками? Что помогает участникам войти в это диалог с культурой, приблизиться к содержанию книги, содержанию книги/ практики/ произведения искусства/ экспозиции?**

Говоря о «Тартарии», это способ поэкспериментировать, как работать с энциклопедией. Обычно наши процессы более линейные и более централизованные: мы берем какую-то книгу, читаем, останавливаемся, обсуждаем. Какие методы мы используем? Методы продвигающих вопросов: вы формулируете на разных этапах продвигающие вопросы. Как формулировать продвигающие вопросы? Они могут апеллировать к опыту участников, они их провоцируют на фантазии («Как бы Вы...? / «Как бы Вас

...?). Продвигающие вопросы подчеркивают состояние героя («Как он себя чувствовал?», «Как Вы думаете, в чем сложность?»). Это всегда открытые вопросы, но они помогают собрать внимание группы, и помочь им обратить это внимание на что-то. Мы развиваем умение чувствовать себя в контексте и спрашивать тогда, когда ты видишь, что другие уже высказались, не бояться спрашивать. В основном, это модераторское ведение, классические методы фасилитаторов (людей, обеспечивающих успешную групповую коммуникацию). Фасилитация – направление тренерской работы (есть разница между тренерами, коучами, модераторами). У фасилитатора есть задача привести группу из точки А в точку Б так, чтобы группа сама понимала, что ее туда ведут. В зависимости от возраста и от задач фасилитаторы часто работают очень открыто (с подростковой и взрослой аудиторией), делают промежуточные рефлексии о том, идем ли мы быстро к цели, или есть вещи, которые нам нужно переделать. Очень часто фасилитаторы работают на стратегических сессиях в бизнес-корпорациях, где топ-менеджер требует, чтобы был обсужден новый план, его необходимость, составляющие, как он может быть реализован. И это модерируется именно фасилитатором. Есть очень много фасилитационных техник (это один из курсов, которые необходимо закончить). Фасилитационные методы также апеллируют к опыту участников: мы с ними открыто обсуждаем, что происходит, пользуемся продвигающими вопросами, обсуждаем, с чем не согласны, что хотел сказать автор, а что мы об этом думаем. Например, Суриков нам очень упорно показывает победу русского войска. Мы можем задать вопрос: «Это рисовал человек со стороны победителя или проигравшего?». Это уже другой уровень рефлексии этого произведения. Вы всегда помните, что у Вас есть участник с его опытом, у вас есть объект, который Вы просматриваете, Вы понимаете, что их опыт и их способ смотрения может отличаться от того, что дает автор. И это все время апелляция к рефлексии, плюс творчество и презентация этого творчества на группу разными способами. Иногда мы строим работу так: «У нас есть вот такая штука, обсудите с родителями, что Вы любите делать, что любит делать

мама». Это все фасилитационные методы работы с малыми или большими группами.

Также мы делали теневой театр. Нам очень важно, чтобы участники показали историю с помощью теневого театра. Дети спрашивают у родителей, родители рассказывают им какую-нибудь историю из их жизни, и ребенок с родителем делают несколько картинок, а потом ребенок рассказывает: моя мама была маленькая, ходила на танцы.... Как фасилитатор ты должен постоянно думать, что послужит импульсом, который заставит подумать, вспомнить, обратить внимание. Книжка, которую мы берем за основу, и есть импульс, тема для разговоров, для творческой практики. Что заставит участников в данный момент действовать? Поэтому очень много сил тратиться на мотивацию и введение в контекст.

— **Может ли эдьютейнмент стать культурным мостом между современностью и культурой прошлого, между произведением искусства/экспонатом и зрителем (активным субъектом)? Как эдьютейнмент, на Ваш взгляд, выполняет эту функцию культурной коммуникации?**

— Что является предметом коммуникации? Коммуникация в образовательной среде может идти по поводу ценностей (я могу транслировать ценности), я могу транслировать принципы, могу строить коммуникацию вокруг информационных единиц (Есть Джефф Кунс, есть Мона Лиза, а есть Суриков). И условно наша культурная коммуникация может строиться, когда есть объект культуры (который я должна знать). Круто, когда я начинаю задавать и следующие слои, не поверхностные. Я говорю не о тех ситуациях вроде: ты выигрываешь викторину «Назовите отчество Ермака» или «Я теперь видела ее в оригинале, ставлю себе галочку, я культурный человек». Здорово, если ты докрутила, у тебя случился кусок большого исторического контекста. В моей голове культурная коммуникация – это когда есть какой-то объект,

который является условно артефактом, носителем, а дальше насколько мы смогли в рамках занятия распаковать его до уровня ценностей, контекстов и т.д.

Как может этот метод работы раскрыть эти смыслы и далеко продвинуться? Гипотетически, казалось бы, через экскурсию этого тоже можно достичь. Если я тебе это все расскажу сейчас словами, до тебя же дойдет какой-то смысл. Другое дело – как ты это эмоционально переживешь или нет. Гипотеза такая, что во время эдьютейнмент-форматов у участника в процессе проживания задействовано больше органов чувств, идет более активная мыслительная деятельность, а не просто восприятие на слух. И он может как-то относиться к информации, рефлексировать, опровергать, интериоризировать. Существует гипотеза, что чем активнее процесс проживания и восприятия информации, тем активнее культурная коммуникация. Условно мы можем применить этот метод к конкретному занятию «Тартария», а можем и к целому формату «Книгоигр», но в этом случае мы можем говорить об усредненных вещах. Мы усреднено допускаем, что «Книгоигры» могут работать на культурную коммуникацию, потому что они поднимают вопросы единиц культуры, ценностей, которые стоят за этими единицами, апеллируют к тому, чтобы участник прожил опыт отношения и к ценности, и к самой единице. Участник может говорить, что за этим культурным объектом есть ценность Российской государственности. Например: «Я вижу ценность в том, что Суриков изобразил Ермака в середине казачьего войска, я могу в этот момент быть проинформированной, что покорение Сибири – куча маленьких войн за территорию, где побеждала цивилизация, а других убивали». Дальше я могу относиться к тому, что эту картину купил император для Русского музея, потому что это был самый пик усиления государственности. Государству всегда важно гордиться существовавшими победами и немножечко ретушировать историю в свою пользу.

В рамках таких занятиях мы можем предположить, что формируется критическое мышление. Но у нас нет инструмента, чтобы потом сесть и

спросить у ребенка 9 лет. Им до мышления как до луны, но мы можем говорить, что они увидели, что картина большая, что ей 200 лет, и она старше их как минимум в 20 раз. Они увидели шамана, что шаманизм противопоставляется православию, а цивилизация с ружьями – варварам со стрелами. Они понимают, что книжка, что раньше Сибирь называли Тартарией, что с Петей классно играть в команде, а с Ваней – нет. На этом наше образование и культурная коммуникация заканчиваются. А еще мы были в музее. Но может быть для девятилеток этого и хватит. ... Как чтец или человек, занимающийся продвигающими вопросами, ты держишь в голове, что у тебя есть 2 разных мира. Ты можешь задать вопросы взрослым, ты можешь задать вопросы детям. Ты можешь задать вопросы детям, но так, чтобы и взрослые смогли ответить. Ты можешь задать вопросы, которые взрослые могут взять на вооружение и задавать потом самостоятельно своим детям, вне рамок нашего занятия. Я получала отзывы и спрашивала некоторых родителей, кто заставляет приходить в воскресенье. Выяснялся интересный момент, что для детей до подросткового возраста важно, чтобы некоторые вещи были окрашены в просто позитивные эмоции. А дальше вопрос о влиянии количества раз и количества уделенного времени. Например, дети, которые ходят к нам по 2-3-4 года: то, какие вопросы они задавали мне про Сурикова. Ты видишь их уровень вопрошания, уровень понимания, и это результат. Скорее всего, мы, когда становимся старше, мы больше склонны заниматься чем-то и углубляться во что-то, что нам, простите, неприятно. Если зайти в эдьютейнмент через эмоциональный уровень, то необходимо подчеркнуть важность эмоционального опыта. Один из принципов фасилитации – тебе необходимо потратить время, и все усилия на установление эмоционального контакта с группой. По идее, все должны в конце этого эмоционального этапа быть уверенными в своей безопасности, расслабленными, готовыми сотрудничать и воспринимающими тебя как лидера группы. И это всё – исключительно эмоции. Если у Вас не случилось эмоциональной платформы, то Вы не сможете решить никаких задач. Это в любом коллективе работает: если люди находятся

в стрессе, они не готовы работать ни над какими задачами. Поэтому чем прекрасен эдьютейнмент – он не говорит: «После того, как Вы сходите на научное шоу в «Ньютон-парк» и увидите, как застывает лёд, Вы узнаете физику и станете выдающимся химиком». Но Вы можете понять, что это прикольно, что можно потратить силы и в том разобраться. Но сначала должен случиться «вау»-эффект. И наверное, условная «Тартария» и является примером такого положительного впечатления. Чем плохи эти одноразовые классы (посещения): они ко мне пришли на 1,5 часа, первый раз видят, и вряд ли ко мне придут. Длинные программы для подростков мы делаем на 8 часов – надо прийти 4 раза. Для неформального образования сессия меньше 1,5 часов неприемлема и не работает: «А когда Вы установили эмоциональный контакт? Когда Вы прорефлексовали?». Эдьютейнмент будет работать, когда у вас случился сериал. Участники, которые ходили к нам весь сезон (ну хотя бы один-два раза в месяц) совершенно по другому реагируют. Им 5 лет, они боятся рассказать про свою «каляку-маляку», но проходит 5 месяцев, и ребенок способен бойко и дерзко рассказывать по свое творение. Он уже не бежит по музею сломя голову, потому что у него новое пространство и его «расплющило». Он способен взять себя в руки и сосредоточиться на том, что будет говорить Катерина, Ирина и кто-то другой про эту картину, способен задать вопросы и первые 10 минут даже вникать.

Есть дети, которые выросли уже года 3 назад, и мы случайно сталкиваемся с их родителями. Эти дети становятся посетителями музея. Я вижу, что для них музей – это приятно. Родители могут прийти на Сурикова с ребенком, они ходят и рассуждают. Они мне говорят: «Так круто, что мы были на «Книгоиграх». Ребенок умеет теперь разговаривать, может делать доклады и презентации в школе». Эдьютейнмент нужно уравновесить регулярностью, но главное его достижение - тебе было классно, ты готов туда вернуться. Дети, пришедшие на «Тартарию», скорее всего, не стали соображать лучше, кто такой Суриков.

Школа – это насилие, а насилие держится на репрессивных методах. А если это музей, у тебя клиенты, они вообще-то заплатили деньги, и у тебя нет никаких репрессивных методов, единственное – что ты можешь сделать, это чтобы им стало интересно, комфортно, чтобы у них была мотивация. Может быть, дети, которые сегодня были на квесте «Зверский детектив», захотят почитать книгу, и начнется эта культурная цепочка – классная книга, классный текст и картинки, одна книга, много книг, и вот у меня целая библиотека, давайте мне другие книги, потому что это интересно и не страшно.

— **Какие существуют риски использования такой практики в музейной работе? Стоит ли использовать эдьютейнмент при работе с музейной аудиторией?**

— Можно впасть в аниматорство. На воскресных «Книгоиграх» мы обычно после практики пьем кофе с печеньками, и я прошу никогда об этом не писать. Это маленькая награда за проделанную работу, о ней никто не знает. Но я вижу, что Краеведческие музеи в больших городках начинают делать не совсем содержательные и интеллектуальные развлечения: день рождения с мыльными пузырями, Фиксики. И для них связь с музеем – то, что это происходит на этой территории.

«Зверский квест» для меня на грани. Я первоначально на него согласилась, потому что он обращается к книгам, которые мы читали. Если это лишний раз популяризирует книжку, то здорово. Я думаю предложить девушке-игротехнику другую книжку, чтобы она была инкорпорирована в музей, выставку, чтобы дети находили ответы и улики, изучая экспозицию. Я никогда не работала с квестами, и это новый опыт.

Существует риск, что берут игры, которые не раскрывают никакое содержание музея (Фиксики). Эдьютейнмент для меня – портал, или только с помощью регулярных практик возникает реальный образовательный эффект.

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Гуманитарный институт
Кафедра культурологии и искусствоведения

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

 - Н.П. Копцева

«__» _____ 2023 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

51.03.01 Культурология

ПРАКТИКИ ЭДЬЮТЕЙНМЕНТА В СОВРЕМЕННОМ МУЗЕЕ И ИХ
ВОЗМОЖНОСТИ В ПРОЕКТАХ, ПОСВЯЩЁННЫХ ОТЕЧЕСТВЕННОМУ
ИСКУССТВУ: НА ПРИМЕРЕ МУЗЕЕВ РОССИИ 2010-2020-Х ГОДОВ

Руководитель



канд. филос. наук

Н.Н. Пименова

Выпускник

Н.В. Верхотурова

Красноярск 2023