

Раздел II

Культура и искусство

УДК 304.4

С. Р. Бусовикова

S. R. Busovikova

ИНТЕРАКТИВНЫЕ ВЫСТАВКИ КАК ИНСТРУМЕНТ АКТУАЛИЗАЦИИ МУЗЕЙНОГО ОПЫТА

INTERACTIVE EXHIBITIONS AS A TOOL FOR RENEWAL THE MUSEUM EXPERIENCE

Аннотация. В статье обосновывается необходимость использования интерактивных технологий в музейной работе. Цель – оценить влияние данных технологий на степень вовлечённости аудитории. В рамках исследования были проведены контент-анализ 12 выставок за период 2023 –2024 гг., онлайн-опрос 147 посетителей и интервью с кураторами. Как показывают полученные результаты, интерактивность способствует росту удовлетворённости посетителей выставок на 34% и увеличивает время, проведённое у экспоната, на 27%. В то же время отмечаются финансовые и инклюзивные риски, связанные с применением интерактивных технологий; даются рекомендации по снижению сопутствующих затрат.

Abstract. The author of the paper substantiates the need to use interactive technologies in museums. The purpose of the study is to assess the impact of these technologies on the degree of audience involvement. The study included a content analysis of 12 exhibitions for the period 2023 – 2024, an online survey of 147 visitors and interviews with curators. The results of the study confirm that interactivity contributes to an increase in satisfaction of exhibition visitors by 34% and increases the time spent near the exhibit by 27%. At the same time, the author notes the financial and inclusive risks associated with the use of these technologies and gives recommendations for reducing the corresponding costs.

Ключевые слова: прикладная культурология, музеи, выставки, музейный менеджмент, интерактивные технологии, виртуальная реальность, дополненная реальность, посетительский опыт, цифровизация.

Keywords: applied cultural studies, museums, exhibitions, museum management, interactive technologies, VR, AR, visitor experience, digitalization.

Введение

За последние два десятилетия музеи перестали быть исключительно хранилищем артефактов и превратились в пространства «живого» опыта. Поворот к интерактивности подпитывается спросом на персонализированное потребление культуры, сформированное цифровыми медиа. Как справедливо отмечает Ханна Мак-Гиверн в «Курьере ЮНЕСКО», главным драйвером роста посещаемости выставок и музеев становятся иммерсивные форматы [2]. В России число мультимедийных гидов выросло с 75 в 2019 году до 370 в 2023-м [3]. И тем не менее, бюджетные ограничения, цифровое неравенство и риск «игрофикации» по-прежнему вызывают сомнения в эффективности дорогих VR- и AR-решений. Настоящее исследование представляет собой попытку ответа на вопрос: усиливают ли эти передовые технологии культурный опыт или всего лишь создают излишний медиашум?

1. Теоретические основы и обзор литературы

Зарубежные исследователи (Хэ Циин, Д. Ю. Косенко, Дж. Х. Фальк, Л. Д. Диркинг) определяют интерактивную выставку как «сочетание контент-ориентированного и пользовательского дизайна, где технология остаётся невидимым посредником» [1]. Х. Мак-Гиверн обоснованно полагает, что VR-технологии обладают высоким потенциалом для передачи эмоционально насыщенного контента [2]. В то же время, как подчёркивают российские авторы, «цифра» оправдана только в тех случаях, когда она дополняет, а не подменяет собой артефакты [4]. Есть в применении интерактивных технологий и трудности объективного характера. По данным Лаборатории управления культурой и туризмом Высшей школы экономики, лишь 18% отечественных музеев имеют долгосрочную IT-стратегию; главные барьеры – это финансирование и дефицит компетенций [3]. Таким образом, научный дискурс балансирует между технологическим энтузиазмом и критикой поверхностной цифровизации. Настоящая статья вносит эмпирический вклад в эту полемику.

2. Цели и задачи исследования

Цель – количественно и качественно оценить влияние интерактивных технологий на работу музеев и выявить сопутствующие ограничения.

Для достижения указанной цели требовалось решить следующие **задачи**:

- Описать преобладающие форматы интерактивности в российских музеях в 2023 – 2024 годах;
- Сравнить удовлетворённость и время нахождения у экспонатов посетителей интерактивных и традиционных выставок;
- Проанализировать управленческие и финансовые риски применения интерактивных технологий с позиции музейных кураторов;
- Предложить практические рекомендации организаторам интерактивных экспозиций.

3. Методология

Исследование выполнено в три этапа.

- ◆ **Этап 1 – контент-анализ.** Были отобраны 12 временных выставок в Москве, Санкт-Петербурге и Казани (июнь 2023 – февраль 2024 годов) с долей интерактивных зон $\geq 30\%$ от экспозиции. Фиксировались: площадь интерактивных секций, тип технологии (VR, AR, сенсорные панели), медианная длительность пребывания.
- ◆ **Этап 2 – онлайн-опрос.** В марте 2025 года 147 посетителей заполнили анкету (5-балльная шкала удовлетворённости, открытые вопросы). Надёжность опроса по шкале α Кронбаха составила 0,82.
- ◆ **Этап 3 – экспертные интервью.** Пять кураторов выставочных проектов дали полуструктурированные интервью о бюджете, технической поддержке и окупаемости. Тексты интервью были тематически проанализированы в программе «NVivo».

Статистическая обработка полученных данных (t-тест, $p < 0,05$) была проведена в программе «Jamovi 2.5».

4. Результаты

4.1. Структура интерактивности

Интерактивные зоны в среднем занимали 42% выставочных площадей. Наиболее популярными оказались VR-инсталляции (29%), сенсорные мультимедийные столы (24%) и AR-гиды (21%).

4.2. Поведение посетителей

Согласно электронным счётчикам, у центрального экспоната посетители интерактивных выставок проводили в среднем 5,8 минут против 4,6 минут в классических залах (+27%, $t = 2,93$). Средний балл удовлетворённости от посещения интерактивной экспозиции вырос с 3,7 до 5,0 (+34%, $t = 6,21$). 64% респондентов главным плюсом назвали «чувство со-участия». В то же время 18% пожаловались на очереди и технические сбои.

4.3. Мнение кураторов

Медианный бюджет интерактивной выставки составил 12 млн. рублей. Окупаемость достигается при посещаемости свыше 40 тысяч человек. В качестве главных барьеров были названы дефицит финансирования, нехватка IT-специалистов и нестабильная работа оборудования.

5. Обсуждение

Полученные результаты подтверждают выводы иностранных исследователей о том, что интерактивность усиливает эмоционально-когнитивное вовлечение [1, 5]. Однако «эффект аттракциона» может отвлекать посетителей от подлинного художественного и исторического смысла музейных артефактов. Задача кураторов – гибко дозировать применение технологии, сохраняя приоритет содержания над формой подачи (рис. 1). Результаты проведённого экономического анализа коррелируют с оценками В. Розина [3]: без стратегии совместного использования дорогостоящего цифрового оборудования с IT-компаниями и другими музеями данное оборудование для отдельно взятого музея будет оставаться убыточным.



Рисунок 1. VR-квест «Крузеништерн. Кругосветка "Надежды"» в Государственном историческом музее. Фото: РИА Новости

Выводы и рекомендации

Интерактивные выставки безусловно повышают удовлетворённость и вовлечённость посетителей, но требуют:

- **Адаптивного дизайна** для посетителей с разным уровнем цифровой грамотности;
- **Долгосрочного партнёрства** с IT-компаниями (лизинг и сервис оборудования);
- **Создания региональных музейных консорциумов** для совместного использования дорогих инсталляций.

Дальнейшие исследования в данной области целесообразно направить на анализ возрастных сегментов посетителей интерактивных выставок и оценку влияния интерактивности на культурную идентичность.

Список источников и литературы

1. *He Qiying, Kosenko D.Yu.* A Comprehensive Review of Interactive Digital Exhibition Design Based on Visitor Experience // *Theory and Practice of Design. Culture and Art.* – 2024. – № 2 (32). – P. 183-190. DOI: 10.32782/2415-8151.2024.32.22.

2. *Мак-Гиверн Ханна.* Погружение в историю. Источник: Курьер ЮНЕСКО. – 2024, октябрь-ноябрь. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://courier.unesco.org/ru/articles/pogruzhenie-v-istoriyu> (дата обращения: 27.03.2025).

3. *Розин Владимир.* Как меняются решения для музеев в эпоху цифровизации. Источник: интернет-издание о бизнесе, стартапах, инновациях, маркетинге и технологиях «Vc.ru». 25 ноября 2024. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://vc.ru/u/2816756-vladimir-rozin/1672391> (дата обращения: 27.03.2025).

4. *Хусаинова Р.З.* Цифровая трансформация музеев и креативные индустрии // *Вестник Московского государственного университета культуры и искусств.* – 2024. – № 6 (122). – С. 186-194. DOI: 10.24412/1997-0803-2024-6122-186-194.

5. *Falk John H., Dierking Lynn D., Semmel Marsha.* *The Museum Experience Revisited.* – Walnut Creek, California, USA: Left Coast Press, 2013.

© Бусовикова С.Р., 2025

