

Е.Н. Шестакова

Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики

УДК 379.852

ИНТЕРАКТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МУЗЕЕ ПОД ОТКРЫТЫМ НЕБОМ НА ПРИМЕРЕ ПРОЕКТА «ХОХЛОВКА – ЛИНЗА ВРЕМЕНИ»

В статье представлен процесс внедрения интерактивных технологий на примере музея деревянного зодчества «Хохловка» и проекта, занявшего второе место во всероссийской туристической премии «Маршрут года 2019». В статье изучается процесс формирования проекта, его трансформации. Речь идет о специфике проекта и его соотношении с принципами экономики впечатлений. Так, выделяются основные компоненты интерактивных программ: народные, активные игры, мастер-класс, театрализация, экскурсия, чаепитие. В статье представлено, как иммерсивность проекта достигается за счет воздействия на все органы чувств посетителей (осязание, обоняние, зрение, слух, вкусовые рецепторы активизируются во время программ).

Ключевые слова: *интерактив, анимация, музеи под открытым небом, Хохловка, проект, туры, региональный туризм.*

E.N. Shestakova

Higher School of Economics

INTERACTIVE TECHNOLOGIES IN THE MUSEUM UNDER THE OPEN SKY ON THE EXAMPLE OF THE PROJECT «KHOHLOVKA – LENS OF TIME»

In this article the process of introduction of interactive technologies is presented on the example of the museum of wooden architecture «Khohlovka» and the project that received second place in Russian tourist award «The route of the year 2019». In the article the process of formation of the project is investigated. Also you will learn about the specificity of the project and its links with the principles of the experience economy (economy of impressions). The main components of the interactive programs are distinguished. Such as: active folk games, theatricalization, master-classes, excursions, tea-break etc. In this article immersive effect of the project is reached by the sensory process, the influence on the sense of smell, touch, sight, hearing, flavoring. All these senses are activated during the programs.

Keywords: *interactive, animation, museums under the open sky, khohlovka, projects, tours, regional tourism.*

Одно из современных, актуальных направлений туризма — геймификация, внедрение интерактивных технологий. Музеи под открытым небом по всему миру традиционно являются площадкой для проведения народных праздников, фестивалей, реконструкции традиций национальной культуры. Некоторые

европейские музеи становятся настоящим театром под открытым небом, где можно ощутить себя участником событий или оказаться в обстановке определенного исторического периода. Как например, старинный город Орхус (Arhus) создает эффект погружения в атмосферу датского города XIX века. По улицам можно перемещаться на экипажах того времени, в домах можно увидеть горожан, занимающихся повседневными делами. Интересно, что актеры, одетые в реконструированные костюмы, постоянно общаются с посетителями, например, могут попросить их набрать воды из колодца или помочь по хозяйству [4].

© Шестакова Е.Н., 2019.

Шестакова Екатерина Николаевна,

к. ист. н., академический руководитель магистратуры

«Экономика впечатлений: музейный, событийный, туристический менеджмент», НИУ ВШЭ, г. Пермь,

ENShestakova@hse.ru

В Европе множество подобных музеев, где элементы театрализации становятся неотъемлемой частью жизни музея. В России в музеях деревянного зодчества, например, в Кижях, в домах можно встретить мастериц, которые прядут, ткут, поют песни, готовят хлеб и другие блюда. Многие проводят мастер-классы по ткачеству, прядению, кулинарии [5].

Процессы внедрения интерактивных, анимационных технологий в музейное дело в Пермском крае интересно исследовать на примере проекта «Хохловка — линза времени», направленного на сохранение и популяризации традиций, обрядов, игр русских и коми-пермяков. В проекте представлены три партнерские организации — Архитектурно-этнографический музей «Хохловка», Туроператор «Белый камень» и Высшая школа экономики г. Пермь.

Несколько слов об истории создания и развития проекта. В 2014 году Туроператор «Белый камень» в рамках сотрудничества с архитектурно-этнографическим музеем «Хохловка» стал проводить интерактивные программы. Первоначально это были русские народные или спортивные игры на масленичной неделе с использованием разнообразного реквизита. Главной задачей проекта было стремлений показать посетителям музея в яркой, динамичной, активной форме, какие игры и традиции были в старину. К концу 2014 года впервые были проведены новогодние игры с участием сказочного персонажа (Деда Мороза). Но проведение игровых программ не носило массовый характер. Это были скорее точечные мероприятия. Зимой 2015 года впервые небольшие группы туристов стали приезжать именно на новогодние программы в Хохловку, что было нетипично для этого архитектурно-этнографического музея. В январские праздники посещаемость музея традиционно была крайне низкой. Проект постепенно развивался, но в 2017 году он приобрел новый формат. Одной из ключевых проблем в его реализации был кадровый вопрос. Хохловка расположена на расстоянии 45 км от Перми. Ближайший населенный пункт с круглогодичным проживанием — это с. Скобелевка в 5 км от музея. Первые интерактивные программы проводились с привлечением местных жителей. Так, возникли самобытные образы настоящего охотника и коми-пермяцкой хозяйки, добрых молодцев и красных девиц. Но зачастую местное население было занято повседневными делами и не всегда могло включиться в проведение программ. Кроме того, часто организаторам не удавалось найти достаточного количества аниматоров в селе. Хотя первые образы в проекте

были очень яркими и запоминающимися, их особенностью было именно то, что это были настоящие охотник и коми-пермяцкая хозяйка из хохловских мест, которые прекрасно знали местный материал. Когда настоящий хохловский охотник рассказывал о секретах охотничьего промысла, приносил манок и свои трофеи — это производило эффект на посетителей. Для актеров Перми ездить в Хохловку, чтобы провести в качестве аниматора одну или две программы было сложно.

В 2017 году в проведении программ стали принимать участие студенты Высшей школы экономики г. Пермь, что создало дополнительные возможности для развития проекта. Большое количество студентов, участвующих в проекте (более 20), позволило проводить множество программ в один день и одновременно работать с группой более ста человек. Проведение массовых мероприятий создавало особый колорит, оживляло пространство музея. Программы оказались востребованными среди разных категорий туристов: детей, подростков и взрослых; гостей из других регионов и даже из зарубежных стран. География туристов, которые приняли участие в интерактивных программах проекта очень широка: Великобритания, Германия, Израиль, Италия, Африка, Новая Зеландия, Голландия, Америка, Китай. По отзывам туристов, Хохловка и в целом Пермский край, привлекают возможностью почувствовать и понять, что такое «настоящая Россия» и в этом смысле программа в Хохловке позволяет в наглядной форме познакомиться с русскими и коми-пермяцкими традициями. Живописная уральская природа также наглядно представлена на территории музея «Хохловка», здесь иностранцы могут увидеть уральские скалы пермского периода, Камское море, кусочек леса, поля, холмы — все это дополнительно привлекает иностранцев в музей.

В чем же привлекательность интерактивных проектов для туристов? Почему активные, анимационные программы часто становятся возвратным турпродуктом, когда те же участники возвращаются на программы вновь? Во многом успех и популярность подобных программ связаны с иммерсивностью проекта, погружением в определенную культурную среду, с реконструкцией обстановки определенного исторического периода и привязкой опыта прошлого к современности. Согласно специфики психологического восприятия запоминается и впечатляет туристов то, что им созвучно, то, что резонирует с их внутренним состоянием, миром, их интересами.

Привлекает и активная форма программ. Туристы становятся не столько зрителями,

сколько участниками процесса. Причем происходит это в интерактивной форме, путем взаимодействия с персонажами хохловских историй, с реквизитом и с социокультурным, историко-культурным пространством. В музеях под открытым небом, в реконструированной исторической среде, достигнуть эффекта погружения в эпоху проще, чем в городском пространстве. Например, прочувствовать атмосферу деревенского народного праздника легче и реальнее, чем представить облик губернского города среди современных зданий.

Еще одна интересная причина популярности интерактивных программ — наличие ключевых принципов экономики впечатлений [1]. Во время программы идет воздействие на все органы чувств. Воздействие на органы зрения происходит с помощью ярких костюмов и реквизита; на органы слуха — при помощи песен, закличек, частушек, музыки било (плоских колоколов), игры на балалайке, гитаре, свистульках, других музыкальных инструментах. Сенситивные ощущения (осознание) создают игры с использованием реквизита и многочисленные мастер-классы, например, по изготовлению медовой свечки, куколок (мартиничек), пихтовых композиций, а также прикосновение к старинным зданиям, возраст которых более 300 лет. Сюда же подключается воздействие на обоняние — запах пихты, медовый аромат, аромат травяного чая и полевых цветов. Добавим к этому включение вкусовых рецепторов — дегустация меда, блинов с традиционной начинкой, пряников, зефира, травяного чая, яблок, пастилы — все вместе создает дополнительную систему образов, которая возникает на подсознательном уровне.

Интересно, что интерактивные программы могут быть включены в программы инклюзивных туров. Так, в ноябре 2019 года подобные программы были впервые проведены для слабослышащих людей. Яркость образов, красок, игры с реквизитом, тактильные ощущения и мастер-классы делали восприятия музея «Хохловка» более объемным, во многом срабатывали компенсаторные функции. Самым запоминающимся моментом программы для слабослышащих людей стала игра на плоских колоколах. Восприятие музыки происходило также при помощи вибрации (участники программы протягивали руки максимально близко к било, чтобы почувствовать вибрацию). Некоторым удалось даже услышать звон колоколов, что было, действительно, для них значимым и счастливым моментом. Таким образом, интерактивные программы доступны и для некоторых категорий инвалидов.

Яркие костюмы, звонкие песни, динамичные игры, мастер-классы — это только вершина айсберга проявления активностей. А что на самом деле происходит внутри программ? Включаются механизмы исторической памяти, актуализируется историческое самосознание туристов. Часто это происходит на подсознательном уровне. Но эти эмоции бывают довольно яркие и манят вновь. Человек, обращаясь к этим ярким воспоминаниям, одновременно получает и заряд сильных эмоций. Все это создает мощный импульс к повторению подобного опыта, получению похожих эмоций [2]. Неслучайно так популярны фестивали исторической реконструкции. Человек, являясь участником реконструированных исторических событий, попадает в определенную историко-культурную среду, эпоху, где он примеряет на себя роль участника событий, все это усиливает эффект погружения и актуализирует историческую память.

Актуализируется и историческое самосознание студентов, участвующих в проекте. В соответствии со сценарным планом они преобразуются в персонажей хохловских историй, одевая реконструированные коми-пермяцкие и русские костюмы. Каждый костюм — это отдельная история. Например, нетипичны и необычны юбки сукманки, внешне напоминающие европейские юбки. Многие туристы даже не верят, что это реплика — достоверная копия оригинального костюма. В костюмах студенты сильно меняются внешне, особенно девушки. Зачастую туристы, их не идентифицируют, не могут узнать, в обычной, современной одежде. Проверено многократно.

Некоторые костюмы связаны с историей уральских родов и династий. Студентам даже проводились установочные занятия, на которых рассказывали о специфике уральских костюмов, особенностях их ношения и одевания. Сторителлинг добавляет свои детали в процесс постижения специфики уральского костюма [3]. Например, впечатлила история, рассказанная мастером, создателем костюмов Ольгой Спеховой, о девушке из состоятельной семьи Суксуна, которая умерла невенчанной. После ее смерти сохранилось несколько великолепных нарядов, и семья девушки спустя много лет передала их в музей.

Отдельная тема для понимания уральской идентичности — изучение техники и символики прикамской набойки. Главное символическое значение этих орнаментов и узоров — защитная функция: многие рисунки выступали как обереги от злых сил на костюмах девушек. В настоящее время в музее активно проводятся мастер-классы по набойкам и плетению по-

ясов, а также по прядению и ткачеству. Таким образом, у туристов появляется возможность ближе познакомиться со старинными ремеслами. «Мастеровые выходные» с различными мастер-классами идут каждую неделю.

Облачаясь в реконструированный костюм, реплику оригинального костюма, который носили русские и коми-пермяки в XIX – начале XX века, студенты также входят в роль отдельного исторического или вымышленного персонажа. По сути, находясь в определенном образе в течение всего дня, студенты примеряют на себя роль охотника, крестьянина, соленоса. Вхождение в образ значимо для качества программы, так как от их актерских способностей, знания и понимания местного исторического материала зависит успех работы всей команды. Важно, что в проекте участвуют студенты-историки, которые знают информацию об этом историческом периоде Урала. На первых этапах организаторы сталкивались со сложностями при работе с аниматорами — местными жителями. Они создавали образы, но при появлении вопросов от туристов быстро путались в исторических терминах и понятиях, в специфике исторического периода, в итоге это снижало впечатление от программы, подрывая достоверность созданного образа. Бывали и другие примеры. Студент, погрузившийся в роль охотника на протяжении большого количества интерактивных программ, всерьез увлекся охотой, стал заниматься изучением темы уральской охоты и даже в реальности ходить на зверя. Другой пример, когда при проведении программы девушка была в роли мастерицы, рассказывая об особенностях уральских ремесел, пройдя и проведя серию мастер-классов, стала создавать интересные народные костюмы.

Важно отметить, что при создании программ идет длительный процесс подготовки и разработки сценарного плана на основе исторического материала. Так, при создании программ, посвященных народному календарному циклу, изучается материал, собранный в этнографических экспедициях по территории Прикамья, литература, изданная докторами исторических наук Г.Н. Чагиным [8], А.В. Черных [9], И.А. Подюковым [7] и другими. На этом этапе значимо подобрать исторический материал и решить, как его можно экранизировать, театрализовать, презентовать в игровых программах. Масленичные, святочные, летние, осенние программы качественно отличаются по содержанию, исторической канве и своим событийным элементам [10]. Программы представляют пример реконструированной истории, «ожившей истории».

Отдельное внимание уделяется подбору игротеки — игр, которые максимально соответствуют тематике программы и времени года. На данный момент в сборнике игр руководителя проекта Михаила Окунева более 200 вариантов игр. При этом процесс поиска, изучения, адаптации игр продолжается непрерывно. Игры выбираются в зависимости от тематики программы, сценария, задач игрового блока. Любопытно и внедрение, адаптация прикамских игр. Так, в книге А.В. Чаплинского «Народные игры Прикамья» представлено 120 народных игр, многие из которых характерны и для других регионов России [11].

Значимый момент интерактивности в музеях под открытым небом — то, что программы проводятся среди исторических зданий, возраст которых составляет несколько веков. Все это придает особый колорит программам и усиливает эффект погружения. Большая территория музеев под открытым небом добавляет еще и гибкость выбора площадок для мероприятий. Каждый новый сезон используется свое сочетание площадок, они меняются, чередуются. В зависимости от времени года площадки меняют свой облик. Например, усадьба Игошева в летних программах практически не используется, но в новогодних программах становится ключевым объектом из-за своего сказочного облика. Аналогично традиционно летние игры и забавы проводятся на площадке перед Преображенской церковью, но при дождливой погоде и сильных ветрах игровые программы перемещаются в пространство крытого двора Усадьбы Баяндиных-Баталовых.

Каждая игровая программа в рамках проекта «Хохловка — линза времени» представляет собой конструктор различных элементов. Перечислим основные компоненты: 1. Народные игры, в том числе и с использованием исторического реконструированного реквизита; 2. Театрализованные встречи с персонажами хохловских историй или сказочных историй (в зависимости от тематики программы, в новогодние праздники появляются Дед Мороз, Снегурочка); 3. Мастер-классы; 4. Чаепитие с пряниками, блинами или дегустация традиционных блюд [12]. В то же время успех любого проекта зависит от качественных кадров. В данном случае акцент сделан на студентов историков, активных, молодых, знающих историю своего региона и получающих радость и удовольствие от презентации исторических сюжетов жителям и гостям Прикамья.

Проект динамично развивается, имеет хорошие перспективы в дальнейшем и уже получил признание на российском уровне.

В 2019 году проект «Хохловка — линза времени» занял второе место во всероссийском туристическом конкурсе «Маршрут года» [6].

Библиографический список

1. Джозеф Б. Пайн II, Джеймс Х. Гилмор Экономика впечатлений [Электронный ресурс]: как превратить покупку в захватывающее действие / Джозеф Б. Пайн II, Х. Гилмор Джеймс. — Электрон. текстовые данные. — М.: Альпина Паблишер, 2018. 384 с. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/74939.html> (дата обращения 23.11.2019).
2. Колодий Н.А. Экономика ощущений и впечатлений в туризме и менеджменте [Текст]: учебное пособие для магистратуры/ Н.А. Колодий. М.: Издательство Юрайт, 2016. 326 с.
3. Кашенкова И.С., Волкова Т.А. Функциональный аспект мифологизации в экскурсионном обслуживании (на примере сторителлинга) // География и туризм. Вып. 2. 2018 г. 128-131.
4. Официальный сайт Орхуса. Режим доступа: <https://www.visitaarhus.com/> (дата обращения 23.11.2019).
5. Официальный сайт Музея заповедника «Кижы». Режим доступа: <http://kizhi.karelia.ru/> (дата обращения 23.11.2019).
6. Официальный сайт всероссийской туристической премии «Маршрут года 2019». Режим доступа: [\[tourawards.ru/news/obyavleny-pobediteli-vserossijskojj-turistskojj-premii-marshrut-goda-2019/\]\(http://tourawards.ru/news/obyavleny-pobediteli-vserossijskojj-turistskojj-premii-marshrut-goda-2019/\) \(дата обращения 23.11.2019\).](http://

</div>
<div data-bbox=)

7. Подюков И.А., Поздеева С.М., Хоробрых С.В., Черных А.В. В каждой деревне что-то да разное: из кунгурской семейной традиции (двадцатый век). Пермь: Типография купца Тарасова, 2007.
8. Чагин Г.Н. Окружающий мир в традиционном мировоззрении русских крестьян Среднего Урала. Пермь, 1998. 188 с.
9. Черных А.В. Народы Пермского края: История и этнография. — Пермь: Издательство «Пушка», 2007. 296 с.
10. Черных А.В. Русский народный календарь в Прикамье : праздники и обряды конца XIX – середины XX в. Вып. 1: Весна, лето, осень / А.В. Черных ; Урал. отд-ние Рос. Акад. наук [и др.]. Пермь: Пушка, 2006. 365 с.
11. Чаплинский А.В. Народные игры Прикамья. Соликамск, 2017.
12. Шестакова Е.Н. Культурное проектирование на примере проекта «Живая история в Хохловке» (из опыта создания интерактивных программ в АЭМ «Хохловка») // В кн.: «ДИАЛОГИ О КУЛЬТУРЕ И ИСКУССТВЕ» Материалы VII Всероссийской научно-практической конференции (с международным участием) (Пермь, 25–27 октября 2017 г.) Ч. 1. Пермь : Пермский государственный институт культуры, 2017. С. 152–155.