

Валентина НАДОЛЬСЬКА (Луцьк)

## ГЕЙМІФІКАЦІЯ У МУЗЕЙНОМУ ПРОСТОРІ

Сучасні суспільні виклики вимагають розвитку поряд із традиційними нових напрямів діяльності музею. Музейна педагогіка, новітні комунікаційні технології, інформатизація, маркетинг, підприємництво у роботі музею сприяють появі оригінальних комунікацій, які підносять роль музею як соціальної інституції, визначають його особливе місце у соціокультурному просторі модерного суспільства.

Для сучасної людини надзвичайно важливою є атмосфера музею: вона повинна бути цікавою і зручною. Змінилася мотивація відвідування музею людьми. Все більшого значення для аудиторії набуває його дозвіллева функція. У боротьбі за відвідувача музеям доводиться приділяти більшу увагу новим освітнім технологіям і використовувати їх у своїй роботі.

Однією з таких технологій є технологія інтерактивності. Інтерактивність (з англ. *interaction* «взаємодія») – поняття, яке розкриває характер і рівень взаємодії між об'єктами. Інтерактивність (з лат. *inter* «між, усередині» та *activus* «діяльний») є модерністським терміном, який характеризує нові види естетичної діяльності віртуальної реальності, комп'ютерної графіки. У більш широкому розумінні він означає посилення ролі глядача і навіть заміну авторського бачення глядацькою активністю, творчою увагою дилетанта. Це принцип організації системи, при якому мета досягається інформаційним обміном елементів цієї системи [5].

Поняття інтерактивності використовується фахівцями різних галузей діяльності (інформатика й програмування, телекомунікації, соціологія та ін.). Активно воно увійшло і в музейну справу. За кордоном ідея інтерактивного музейного простору почала формуватися в 1960-і рр. під впливом операціональної теорії інтелекту швейцарського психолога Ж. Піаже. Суть її полягає в тезі «знати предмет – значить діяти з ним» [9]. З'явилися і ставали все більш популярними такі форми роботи з музейною аудиторією, які вимагали самостійності, активності і творчого закріплення знань. Інтерактивність дає право відвідувачу на вияв свободи і творчості в просторі музею. У середовищі музею вона сприяє посиленню ролі самих відвідувачів шляхом різноманітного моделювання їх активності, організації різних форм співтворчості, розкриттю естетичного потенціалу розвитку особистості [6, 172].

У своїй діяльності сучасні музеї послуговуються різними інтерактивними формами роботи: майстер-клас, музейне свято, музейні акції («Ніч музеїв», «Музейне селфі» та ін.), музейні проекти, відео-арт, інсталяція, хеппенінг та ін. До них відноситься й гейміфікація.<sup>1</sup> Як синтез предметного середовища і рольового компонента в музейному (позамузейному) просторі, музейна гра є способом активізації аудиторії за допомогою застосування ігрових методик і прийомів з метою підвищення ефективності сприйняття музейних предметів [2, 151]. Це спосіб дослідження дійсності в контексті особистісних інтересів. За допомогою гри музей перетворюється у простір, в якому відвідувачі можуть вивчати артефакти, встановлювати з ними зв'язки як з частиною власного повсякденного життя. У музейній грі знаходить вияв соціальна активність аудиторії практично всіх вікових груп, від дітей і підлітків до людей середнього віку. Музейна гра дозволяє здобувати нові знання, розвивати пізнавальну діяльність, переводити її на більш високий рівень кооперації та співробітництва.

У зарубіжній музейній практиці ігри почали поширюватись з 70-х рр. ХХ ст. [14, 235]. Гра базується на активній поведінці музейної аудиторії і вважається однією з найефективніших форм культурно-освітньої діяльності. Її особливість полягає у тому, що вона будується на рольовій поведінці учасників і дає можливість зануритись у певне середовище. Така гра сприяє розвитку історичної свідомості у її

<sup>1</sup> У широкому розумінні гейміфікація (ігрофікація, геймізація, англ. *gamification*) – це використання ігрових практик та механізмів у неігровому контексті для залучення кінцевих користувачів до вирішення проблем.

учасників. Вона характеризується високим рівнем комунікації, спілкування, обміну інформацією, зміною і різноманітністю видів діяльності. Головними критеріями названої технології є створення атмосфери ігрового простору, підпорядкованість певному сюжету, логічність, оригінальність [8, 76]. Музейна гра дозволяє по іншому побачити музей, поєднати навчання з розвагою. За віковим складом аудиторії музейні ігри поділяються на дитячі, молодіжні та сімейні. За цільовим призначенням – на дозвіллеві та освітні. З урахуванням змісту виділяють таку тематику музейних ігор: краєзнавчі, ігри музейного профілю, історичні, екологічні, літературні, святкові [2, 151].

Прикладом такої форми роботи може служити досвід співробітників шотландського Музею освіти в Единбурзі з їх рольовою грою на тему «Урок у старій школі». Діти, одягнені в темні сукні з білими фартухами, парами входять до класу, читають молитву, сідають за парти із заглибленнями для чорнильниць і сталевих ручок з пір'ям, відтворюючи у такий спосіб атмосферу тих часів. Співробітник музею у ролі вчителя розмовляє з дітьми суворо і жорстко, як було прийнято в старій школі. Інтер'єр класу відтворений за фотографіями того часу [15, 487].

Відомим у Європі став досвід Музею візантійської культури в Салоніках.<sup>2</sup> Музейними працівниками тут була підготовлена та апробована рольова історична гра під назвою «Рік 550 від Різдва Христового: Загадкова подія в Салоніках часів Юстиніана». Для більшої історичної достовірності вона була розіграна у 4 із 11 зал музею, тих, що були безпосередньо присвячені епосі раннього християнства. Лише за два дні у грі взяло участь 218 гравців, розділених на невеликі групи по 5–7 осіб. Приблизно дві години тривала подорож у часі, яка переносила учасників до Салонік VI ст. н. е. часів правління Імператора Юстиніана. Перетворившись на подорожніх, які прибули в місто, вони повинні були розкрити таємницю зникнення якогось дорогоцінного предмета. Щоб отримати необхідну для цього інформацію, учасники мали шукати підказки в експозиції музею, розгадувати загадки, пов'язані з його експонатами, і спілкуватися з оповідачами [7].

Історична гра є досить поширеним видом ігор, що використовуються у музейній діяльності. Її особливість полягає у тому, що вона загалом побудована на рольовій поведінці її учасників, створює можливості для занурення у минуле, досвід безпосереднього контакту з історичними реаліями. Це робить історичну гру неподібною на будь-які форми роботи з музейною аудиторією. Рольові ігри розігруються командами (або «партиями»), які спільними зусиллями мають створювати історії, що розгортаються на будь-якому історичному або уявному тлі. Керує грою центральний оповідач або «майстер гри», гравці ж повинні приймати на себе ті чи інші ролі та імпровізувати, взаємодіючи з іншими членами своєї команди. Саме їх рішення визначають напрямок і результат гри. Гра не закінчується визначенням переможців і переможених; працюючи спільно, члени однієї команди розвивають співпрацю і поділяють загальний досвід.

Історична гра є перспективною, але й досить складною для виконання, оскільки передбачає наявність багатьох компонентів: спеціального простору, атрибутів (з костюмами включно), підготовленого керівника, котрий володіє акторськими здібностями і, що дуже важливо, бажання і здібностей аудиторії включитися в гру, прийняти її умови.

Музей Гетті в Лос-Анджелесі (США) пропонує відвідувачам зрозуміти і відчути мистецтво через рух, долучившись до нових ігрових екскурсій «Move!» (з англ. «рухайся») [3]. Фахівцями департаменту освіти музею було проведено дослідження, результати якого показали, що в середньому відвідувачі музею витрачають лише 17 секунд на огляд одного експонату, а потім переходять до наступного. Роздуми про це наштовхнули працівників музею на те, що потрібно шукати способи більш енергійної й активної взаємодії з мистецтвом. Результати цього дослідження вилилися в нові інтерактивні екскурсії-ігри, які є міждисциплінарною розробкою, створеною за участі хореографів.

Кожна екскурсія розбита на частини і пропонує відвідувачам вступити в діалог з експонатами та іншими учасниками групи через рухи. Спочатку відвідувачам пропонують досліджувати неокласичну скульптуру, а згодом вибрати скульптуру з улюбленою позицією рук і повторити її. Інші учасники мають зрозуміти, про яку саме скульптуру йдеться, при цьому кожен повинен пояснити не тільки те, які пози він обрав, але й розповісти чому. Взаємодія у такій формі дозволяє вести активний діалог про скульптуру та художників. Групу супроводжує педагог, який допомагає налагодити таку розмову і буде її таким чином, щоб учасники мали бажання розвивати діалог.

<sup>2</sup> У 2005 р. музею була присуджена музейна премія Ради Європи за досягнення «ідеального балансу» в справі реалізації таких різноманітних завдань, як збереження і вивчення пам'яток візантійського минулого на півночі Греції з одного боку, та презентація цих старожитностей публіці, можливість знайомства з ними й отримання естетичної насолоди від них з іншого.

Екскурсія завершується обнадійливим нагадуванням: «Ваше тіло не закінчується шиєю, і завжди є можливість взаємодіяти з художнім твором. Продовжуйте рухатися і вивчати, де б ви не стикалися з мистецтвом» [3].

Цікавим є досвід створення ігрового простору Музею Хуана Міро у Барселоні. Тут для дітей розроблено ігрову програму, під час якої всі учасники подорожують по експозиції музею з чорно-білими розмальовками творів Міро. Знайшовши свою роботу, кожен повинен виконати її у кольорі.

У Музеї культур Базеля (Швейцарія) під час літніх канікул для дітей 8 років організовується захід «Індіанська ніч. Ночівля у музеї» (у типі в дворі, або у фойє, коли погана погода). Діти приносять з собою спальні мішки та ізоляційні килимки. Під час гри розповідаються індіанські казки, готується їжа індіанців, виготовляються традиційні прикраси корінних мешканців Америки та ін. [12, 318].

У французькому Луврі в Парижі з 2012 р. діє схожа гра під назвою «ТНАТ» (Treasure Hunts At The – з франц. *полювання на скарби*). Це гра для усієї родини. Участь у ній беруть команди від двох до чотирьох осіб, які змагаються між собою. Гра пов'язана з експозицією музею, де учасники за допомогою підказок мають знайти «скарб» і сфотографуватися поруч. Для того, щоб заробити додаткові бали, команди мають позувати подібно до героїв, зображених у творах мистецтва. «ТНАТ» за допомогою тематичних маршрутів робить візит до величезного Лувру більш керованим, цілеспрямованим та цікавим [4, 32].

На початку 2013 р. музей д'Орсе у Парижі спільно з AFMO (Американські друзі Музею д'Орсе) започаткували гру ТНАТd'Or. У 2015 р. паризькі музеї, спільно з американськими партнерами запустили ТНАТKid (з англ. kid – *дитина*), яке полегшує дітям сприйняття творів Леонардо да Вінчі, Ботічеллі, Мікеланджело та ін. [4, 33].

У зарубіжних музеях активно використовуються й різновиди американської гри Scavenger Hunt (з англ. – «*полювання на сміття*»)<sup>3</sup>. Її суть полягає у тому, що учасники (це можуть бути як команди, так й окремі гравці) повинні за певний час знайти та зібрати предмети із задалегідь складеного списку. Виграє той, хто набере більшу їх кількість, або той, хто перший закінчить весь список.

Існують різні варіанти гри – у деяких потрібно сфотографувати всі пункти списку, або якимось творчо їх представити. Scavenger hunt – це огляд музею у вигляді гри. Музеї розробляють спеціальний бланк із зображеннями експонатів з підписами-загадками. Вони розміщені у тому порядку, в якому відвідувачі рухаються у музеї. Таким чином, scavenger hunt задає напрям руху [13, 30].

Варіант музейної гри у форматі «полювання» (scavenger hunt) пропонує дітям та їх батькам Національний музей мистецтв імені Богдана та Варвари Ханенків (м. Київ). Цікава гра під назвою «Шукачі в музеї» спрямована на розвиток уважності і спостережливості, вміння помічати деталі та впізнавати символи [10]. Важливим моментом цієї гри є винагорода. Після того, як експонат віднайдений, потрібно поставити позначку на карті. Коли все знайдено та заповнено, дитина має підійти до співробітника музею, який перевіряє бланк і потім видає приз.

У Херсонському обласному краєзнавчому музеї цікавим є спеціальне завдання-гра «Канікули у музеї» [1, 51]. Дітям пропонують за малюнком знайти в експозиції зображений предмет або ж заповнити музейну абетку. По завершенні гри дитина отримує музейні сувеніри.

Набувають поширення освітні мультимедійні ігри, що з'явилися як відповідь на популярність комп'ютерних ігор. Музей Людвіга в Російському музеї розробив таку мультимедійну інтерактивну програму освітнього характеру, яка базується на ігрових методиках, – Арт-практикум. У цій грі користувач може познайомитися з творами сучасного мистецтва, історією мистецтв (з акцентом на мистецтво ХХ ст.), а також спробувати себе в творчих практикумах – інтерактивних творчих завданнях [11, 257].

Хоча музейні ігри поряд з спеціальною літературою, комп'ютерними та картковими іграми можна віднести до процвітаючої індустрії розваг, надзвичайно важливий їх аспект полягає в тому, що вони пробуджують креативність гравців, їх уяву, навички комунікації, вміння приймати рішення. Саме такі аспекти й прагне розвивати музей, впроваджуючи гру у свою практичну діяльність. Як форма інтерактивної і колективної співтворчості над будь-якою історією, яка вимагає від гравців уяви, імпровізації та взаємодії, гра може перетворити відвідування музею в унікальний досвід колективного заходу [7].

Ігрові стратегії активно використовуються в функціонуванні сучасного музею. Відомий культуролог, який займався проблемою гри, Й. Хейзінга вважав, щогра лежить в основі людської діяльності. Згідно з його теорією, існування ігрових стратегій у музеї, що є відображенням сучасних тенденцій культури і

<sup>3</sup> Гра була вигадана Ельзою Максуелл і стала дуже популярною в 30-ті рр. минулого століття на американських вечірках. Зараз найвідомішою грою цього жанру є «Полювання на сміття», що проводиться між студентами в університеті Чикаго. Її в 1987 р. заснував Кріс Страус. Гра проводиться щорічно в травні і триває 4 дні. За цей час студенти встигають зібрати близько 300 предметів.

життя суспільства, цілком виправдане.

Таким чином, досвід як зарубіжних, так й вітчизняних музеїв свідчить про використання музейної гри як форми роботи з відвідувачами. Проведення такої діяльності орієнтоване саме на відвідувачів та задоволення їх різноманітних потреб. Вона є комунікаційним утворенням, яке базується на активній поведінці музейної аудиторії, характеризуються високим комунікаційним потенціалом та дозволяє привертати максимальну увагу відвідувачів до музейних предметів.

1. Вихор О. Інтерактивний музей для кожного // *Музейний простір*. – 2012. – № 6. – С. 50–51.
2. Галкина Т. В. Основы классификации музейно-педагогических форм в российских музеях // *Вопросы музеологии*. – 2011. – № 2. – С. 145–153.
3. Гетти: что если предметы искусства просят нас ответить движением [Электронный ресурс] // *МАРТ. Технологии и маркетинг для музеев*. – 2014. – Режим доступа: <http://mart-museum.ru/2014/09/30/getty-museum-move-project/>.
4. Де Плюм Д. Американський досвід у французьких музеях // *Музейний простір*. – 2014. – № 4 (14). – С. 32–33.
5. Интерактивность [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C>.
6. Караманов А. В. Организация интерактивной музейной среды: от методов к моделям // *Вопросы музеологии*. – 2012. – № 2 (6). – С. 171–178.
7. Кацаника Э., Кацарида И. Ролевые игры как форма культурно-образовательной деятельности музея (на примере Музея византийской культуры в Салониках) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://scholar.google.com.ua/scholar?cluster=13157546356390335982&hl=ru&as\\_sdt=0,5](https://scholar.google.com.ua/scholar?cluster=13157546356390335982&hl=ru&as_sdt=0,5)
8. Киселева А. В. Организация самостоятельной работы студента в музейной образовательной среде // *Проблемы и перспективы развития образования в России*. – 2016. – № 38. – С. 75–79.
9. Культурно-образовательная деятельность музеев в России и за рубежом: метод. указания / авт-сост. Д. Е. Озерова; Яросл. гос. ун-т. – Ярославль: ЯрГУ, 2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.studfiles.ru/preview/2165009/page:2/>.
10. Національний музей мистецтв імені Богдана та Варвари Ханенків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://khanenkomuseum.kiev.ua>.
11. Салтанова М. В. Игровые стратегии музея современного искусства // *Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена*. – 2009. – № 101. – С. 252–258.
12. Соболева Е. С., Эштейн М. З. Маркетинговая политика музеев Швейцарии накануне нового тысячелетия // *Триумф музея?* – СПб., 2005. – С. 312–329.
13. Суходоля Л. Музей і діти Scavenger Hunt // *Музейний простір*. – 2013. – № 1 (7). – С. 30–33.
14. Шевченко В. В., Ломачинська І. М. Музеезнавство: Навч. посібник для дистанційного навчання. – К.: Університет «Україна», 2007. – 288 с.
15. Юрєнева Т. Ю. Музееведение: Учебник для высшей школы. – 2-е изд. – М.: Академический Проект, 2004. – 560 с.