



ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УЧРЕЖДЕНИЯХ КЛУБНОГО ТИПА

Опыт Объединения центров развития культуры Тульской области

ВЫЗОВЫ СОВРЕМЕННОГО ЗРИТЕЛЯ

Почему мы меняем подход?

- Падение интереса к статичным экспозициям
- Конкуренция с цифровым контентом
- Запрос на опыт, а не просто на информацию
- Необходимость говорить со зрителем на современном языке



НАША ФИЛОСОФИЯ: ВЫСТАВКА 2.0

Ключевая трансформация

- **Было:**

Экспонат за стеклом >> Пассивный просмотр >> Цель — показать

- **Стало:**

Экспонат можно/нужно трогать >> Активное участие >> Цель — вовлечь, удивить, пережить опыт

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД

Четыре ключевых принципа нашей работы

- 1. Технологии:** Цифровое дополнение реальности
- 2. Интерактив:** Игры, мастер-классы, тактильные зоны.
- 3. Событийность:** Интеграция в фестивали, создание повода для визита.
- 4. Локализм:** Умение подать уникальную местную историю как бренд.

КЕЙС 1 — ФОТОПРОЕКТ «ЭТНОГАЛЕРЕЯ «ТУЛЬСКИЙ СТИЛЬ»

Современная фотосессия с медийными лицами
в аутентичных костюмах.

Результат:

- 110 000 просмотров в соцсетях за неделю
- Широкий медиарезонанс
- Продолжение проекта по запросу аудитории



КЕЙС 2 — ИНТЕРАКТИВНАЯ ВЫСТАВКА «САМОВАР 2.0»

Технологии на службе у традиций

Суть: Голографическая пирамида и 3D-анимация, оживляющие утраченную технологию.

Инновационность:

- Зритель видит невидимый процесс
- Сложное ремесло становится понятным и зрелищным



КЕЙС 3 — ВЫСТАВКА-ИГРА «КОД ЛЕВШИ»

Погружение через игру

- **Суть:** К каждой витрине — своя настольная игра, раскрывающая суть промысла.
- **Целевая аудитория:** Семьи с детьми, молодежь.
- **Эффект:** Знания усваиваются через игры, а не через скучный текст.



КЕЙС 4 — ПЕРЕДВИЖНАЯ ВЫСТАВКА С АУДИОГИДОМ

Максимальный охват при минимальных затратах

Суть: Готовый выставочный продукт: баннеры + QR-коды на аудиогид.

Преимущества:

- Легко тиражируется по области
- Не требует присутствия экскурсовода
- Сохраняет единый стандарт качества подачи



КЕЙС 5 — ВЫСТАВКА КАК ЯДРО СОБЫТИЯ (ФЕСТИВАЛЬ «ТУЛА – МАСТЕРСКАЯ РОССИИ»)

Создание культурной экосистемы

Суть: Выставка — не конечная точка, а точка сборки для ярмарки, мастер-классов, чемпионатов, флешмобов.

Эффект: Рост посещаемости, коммерциализация (продажа сувениров, билетов), праздничная атмосфера.



КЕЙС 6 — ВЫСТАВКА «СВОЁ К ЛИЦУ»

Идея фотопроекта

- Сохранить и актуализировать наследие
- Показать, что традиция — это стильно и современно
- Приблизить костюм к зрителю через знакомые лица



ГЕРОИ ПРОЕКТА

Кто эти люди?

- В костюмы облачились наши же сотрудники
- Историки, методисты, администраторы
- Люди, которые каждый день сохраняют культуру

АУТЕНТИЧНОСТЬ

Всё по-настоящему

- Костюмы конца XIX – начала XX века из коллекции Игоря Климова
- Нагрудные украшения – реплики по образцам из Российского этнографического музея народного мастера России Галины Чекиной

ИНТЕРАКТИВ: ИГРА «ЗНАЙ СВОЁ»

Проверь свои знания!

- QR-коды на фотографиях ведут к описаниям костюмов
- Интеллектуальная викторина с вопросами
- Узнай больше и получи подсказку

ИНТЕРАКТИВ: ИГРА «ПЕРЕВЁРТЫШИ»

Тренируем память и внимание

- Найди пару костюмов
- Игра для всех возрастов
- Запоминаем образы легко и весело



ТРАДИЦИЯ СЕГОДНЯ

Как носить это сегодня?

- Специалисты «оживляют» фотографии
- Показывают, как интегрировать элементы костюма в современный образ
- Традиция становится частью повседневного стиля

МАСШТАБ ПРОЕКТА

Нас уже увидели

: Более 10 000 человек посетили проект «Своё к лицу»



10 000+

АДАПТАЦИЯ КОНТЕНТА ПОД МЕСТНЫЕ ТРАДИЦИИ

- **Традиционный костюм и ремесла:** Вместо тульских костюмов можно использовать национальную одежду коми, например, женские рубахи с поликами, косоклинные сарафаны («дубас»), пояса с бахромой и головные уборы. Украшения могут включать элементы из бересты, дерева или меха, характерные для коми ремесел.
- **Интеграция локальных мотивов:** Орнаменты коми, которые исторически сложились так, имели мифологическое значение (например, защитные узоры на одежде), можно обыграть в современных аксессуарах. Это подчеркнет глубину культурного наследия.

КЕЙС 7 — ВЫСТАВКА СТИМПАНКА

Успешная практика создания иммерсивного культурного продукта



КОНЦЕПЦИЯ И ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Ключевая идея и аудитория

Концепция: Создание тотальной иммерсивной среды, где зритель не наблюдает, а проживает опыт погружения в эпоху ретрофутуризма.

Целевая аудитория: Широкая, семейная аудитория (6+). От ценителей искусства до любителей интерактива и фото.

МНОГОУРОВНЕВАЯ СТРУКТУРА ВЫСТАВКИ

Синтез форматов — ключ к успеху

Арт-объекты: Тактильное искусство (металл, кожа).

Визуальный ряд: Цифровая живопись, графика.

Атмосфера: Свет, звук, живая музыка.

Интерактив: Фотозоны, игровые зоны.

Образование: Серия мастер-классов.

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ (ФИШКИ ПРОЕКТА)

Что делало проект уникальным?

- **От фото к контенту:** Гости активно создавали контент в фотозонах и делились им в соцсетях с хештегами проекта (бесплатный виральный маркетинг).
- **«Унести с собой часть выставки»:** Мастер-классы позволяли уйти с физическим предметом (браслет, кулон, открытка), что продлевало впечатление.
- **Атмосфера вместо просто экспозиции:** Световое и музыкальное оформление работали на глубокое эмоциональное погружение.

ПАРТНЕРСТВА И КОЛЛАБОРАЦИИ

Синергия за счет партнерств

- **Художники и скульпторы:** Предоставили контент.
- **Мастера (ювелиры, кожевенники):** Провели МК, усилили программу.
- **Музыканты:** Создали уникальное звуковое сопровождение.
- **Блогеры и СМИ:** Обеспечили информационную поддержку.

РЕЗУЛЬТАТЫ: РЕШЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ЗАДАЧ

Какой вклад проект внес в развитие учреждения?

- Привлечение новой молодежной аудитории.
- Повышение медийности и упоминаний в СМИ.
- Создание платной образовательной программы (МК) как дополнительный источник дохода.
- Укрепление партнерской сети в регионе.

ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ТИРАЖИРОВАНИЯ

Ключевые факторы успеха для повторения

- 1.** Создавайте опыт, а не просто экспозицию. Атмосфера важнее количества объектов.
- 2.** Заранее продумайте интерактивные элементы. Это двигатель посещаемости.
- 3.** Работайте с локальными комьюнити. Привлекайте художников, мастеров, музыкантов.
- 4.** Предлагайте гостю активность (МК, игры). Это увеличивает время пребывания и лояльность.

КЕЙС 8 — «РАБОТА У НАС ТАКАЯ»

Концепция выставки

Идея: Подвиг, который виден

- Уникальное документальное свидетельство повседневного труда работников культуры новых и приграничных регионов.
- История о дружбе, взаимопомощи и поддержке, рассказанная через личные истории.
- Не просто выставка, а публичная благодарность и признание профессии.



ЧТО УВИДЕЛИ ГОСТИ? (СОДЕРЖАНИЕ ЭКСПОЗИЦИИ)

Фотолетопись двухлетней работы

- **Центральная часть:** Фотоматериалы, запечатлевшие моменты культурного взаимодействия между регионами за 2 года.
- **Спецпроект:** Работы фотографа Павла Чесалина — документальная серия о поездке тульской делегации в Мариуполь.
- **Мультимедиа:** Использование современных технологий для показа видеоинтервью, архивных кадров.



ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД: АРТ-МЕДИАЦИЯ

Не слушать, а быть в диалоге

- **Арт-медиация** — ключевая особенность выставки.
- Посетители не просто слушали экскурсовода, а вступали в **диалог** с подготовленными рассказчиками.
- Цель: через беседу глубже понять смысл, личную историю и эмоцию через фотографии.

ВЫСТАВКА КАК ИТОГ

«Работа у нас такая» — это...

- **Зримое воплощение** интеграции и дружбы.
- **Мост** между Тулой, Донбассом и приграничьем.
- **Современный формат** документального искусства.
- **Финальный аккорд** двухлетней работы проекта.

ИЗМЕРИМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Цифры говорят сами за себя

Охват в соцсетях: >> **110 000**
(один проект)

• Посещаемость офлайн: **4 767** человек (за год) **892** человека (за один день открытия)

• Количество реализованных проектов: 6+ в год

• География: Проекты работают по всей области

НЕИЗМЕРИМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ (НО КЛЮЧЕВЫЕ)

Что не измерить цифрой, но можно почувствовать?

- Повышение статуса учреждения как современного культурного хаба
- Формирование сообщества вокруг клуба (мастера, волонтеры, зрители)
- Привлечение молодой аудитории
- Укрепление культурной идентичности территории

КАК ПОВТОРИТЬ ЭТОТ ОПЫТ? ПРАКТИЧЕСКИЕ ШАГИ

С чего начать преобразования?

Простой алгоритм:

- 1. Аудит:** Найти свою «фишку» (история, ремесло, человек).
- 2. Старт с малого:** Не большой фестиваль, а один мастер-класс в рамках выставки.
- 3. Партнерства:** Библиотека (архивы), школа (волонтеры), местный бизнес (спонсорство).
- 4. Пилот:** Запустить один небольшой проект и собрать обратную связь.
- 5. Продвижение:** Снять видеоанонс, пригласить блогеров и СМИ.

ВЫВОДЫ

Главное — изменить мышление

Инновации — это не про большие деньги, а про новые идеи.

Ваш главный ресурс — это ваша уникальная локальная история.

Современные технологии и форматы — это лишь инструменты, чтобы рассказать ее ярко и интересно.

Готовы к сотрудничеству и делиться опытом!



Успешные практики: как это работает?