

Несмотря на повестку российского государства в сфере молодежной политики, которая подразумевает под молодежью граждан в возрасте от 14 до 35 лет, поколенческий фактор имеет значение в медиапространстве: более возрастные, а именно 30–35-летние люди примерно в 3 раза чаще интересуются тематикой семьи и детей, чем молодежь в возрасте 18–24 лет (29% против 10%), имеют более устойчивый интерес к информации, касающейся материальной собственности и ремонта (37% против 16%) и чуть чаще проявляют любопытство к вопросам здоровья и медицины (32% против 28%).

Итак, в качестве вывода стоит отметить, что существующие медиаканалы связи и социальные сети (не запрещенные законодательно на территории Российской Федерации) формируют цифровую идентичность российской молодежи. Современное поле медиатехнологий, то есть средств и достижений к распространению медиаконтента, в настоящее время проходит стадию метаморфозы и преобразования к национальным приоритетам страны. Через некоторое время, то есть в более статичной фазе, мы сможем говорить о цифровой идентичности российской молодежи в медиапространстве как о имеющем постоянные социологические характеристики предмете исследования.

Список литературы:

1. Вышегородцева М.С. Влияние социальных сетей на молодежь // Власть истории и история власти. 2024. № 7 (57). Т. 10. С. 45–49.
2. Соловьева Л.Н. Цифровая идентичность как феномен информационной современности // Общество: философия, история, культура. 2020. № 12 (80). С. 53–56.
3. Но С.С., Ядрышникова А.В., Белошапка У.О., Лыкова Т.Д. Вызовы неопределенности в медиатехнологиях и способы их преодоления // Медиатехнологии в условиях изменяющегося мира: тренды, проблемы, прогнозы. 2024. С. 37–43.
4. Живущие в сети, или Медиапотребление современной молодежи: материалы исследования ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/zhivushchie-v-seti-ili-mediapotreblenie-sovremennoi-molodezhi> (дата обращения: 11.02.2026).

Т.В. Салтыкова,
автономная некоммерческая организация
«Центр развития культурных, социальных, экологических
и образовательных инициатив “Экология культуры”»

МОЛОДЕЖЬ В МУЗЕЕ: ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА «МОЛОДЕЖНЫЙ СПЕКТР СЛЮДАРИУМА»

В статье рассматривается актуальная проблема взаимодействия учреждений культуры, в частности музеев, с молодежной аудиторией. Подчеркивается важность адаптации музейных предложений под потребности и интересы молодежи для формирования у них привычки посещения культурных объектов. В статье акцентируется внимание на значении совместной работы музеев и молодежи для формирования новых форматов взаимодействия и повышения привлекательности культурных учреждений для молодого поколения.

Ключевые слова: молодежь, музей, культурный продукт, индустриальное наследие, интерактив, слюдяная фабрика, слюда.

T.V. Saltykova,
Autonomous non-profit Organisation
«The Centre for the Development of Cultural,
Social and Educational Initiatives
«Ecology of Culture»

YOUTH AND MUSEUM: IMPLEMENTING THE PROJECT **«YOUTH SPECTRUM OF SLUYDARIUM»**

The article addresses the urgent issue of the interaction between cultural institutions, particularly museums, and the youth audience. It emphasizes the importance of adapting museum offerings to the needs and interests of young people to foster their habit of visiting cultural sites. The article highlights the significance of collaboration between museums and youth in creating new formats of engagement and enhancing the appeal of cultural institutions for the younger generation.

Keywords: youth, museum, cultural product, industrial heritage, interactive elements, mica factory, mica.

В современном мире музейные пространства все чаще трансформируются из традиционных хранилищ артефактов в динамичные центры культурного взаимодействия. Это изменение продиктовано не только развитием технологий, но и изменением потребностей целевой аудитории музея, в частности, молодежной аудитории.

Сейчас подростки и молодежь растут в эпоху, когда доступ к информации осуществляется мгновенно, одна технология быстро сменяет другую – новая становится быстрее, мощнее, качественнее, удобнее – в зависимости от сферы применения. В результате традиционные подходы к культурному досугу становятся в значительной степени неэффективными, когда разговор идет о молодежи. А поскольку ключевые предпочтения и привычки человека формируются именно в молодом возрасте, то для того, чтобы сформировать устойчивую и вовлеченную молодую аудиторию, музеям следует направить свои усилия на формирование интереса молодежи к культурному досугу уже сейчас – еще на стадии становления вкусов и предпочтений.

Музеи, как центры культурной жизни в обществе, выполняют важную задачу: не только сохраняют и демонстрируют культурное наследие, но и должны вызывать в молодежи интерес к истории, искусству, научным достижениям и пр. Молодежи недостаточно просто посмотреть на экспонаты или прослушать экскурсию – требуются новые форматы взаимодействия целевой аудитории с культурным контентом, которые позволят обеспечить погружение в необычные повествования или вызвать уникальные эмоции.

В этой статье рассмотрим, как создавались отдельные элементы постоянной экспозиции и какие культурные продукты были разработаны для привлечения и удержания молодежной аудитории в креативном пространстве «Слюдариум», сохраняющем память и наследие закрывшейся в 1999 году Петрозаводской слюдяной фабрики.

В 2024–2025 годах на площадке креативного пространства «Слюдариум» шла реализация проекта «Молодежный спектр Слюдариума», который стал победителем конкурса «Музей 4.0» программы «Музей без границ» юбилейного сезона – 2023/2024 Благотворительного фонда Владимира Потанина. Проект положил начало системной работе с молодежью в музейном пространстве. Реализация проекта началась на той стадии, когда постоянная экспозиция «Слюдариума» еще была не полностью готова, поэтому наработки проекта по включению в нее элементов для вовлечения посетителей удалось интегрировать в изначальную дизайн-концепцию экспозиции.

В результате работы с молодежью (представителями целевой аудитории проекта) по разработке элементов экспозиции и культурных продуктов для молодежи в постоянной экспозиции «Слюдариума» были созданы три выставочные инсталляции:

Инсталляция «Геология и слюда» погружает посетителей в мир геологических процессов, связанных с образованием минерала слюда. Она включает в себя визуальные элементы, которые демонстрируют залегание слюды в недрах земли, ее «соседство» с другими минералами, а также современные способы использования этого минерала. Посетители могут увидеть образцы слюды в различных формах и узнать о ее значении в промышленности и быту, провести эксперименты со слюдой для определения ее физических свойств.

Инсталляция «Историческая галерея» рассказывает о многовековой истории использования слюды еще до появления Слюдяной фабрики в Петрозаводске. Здесь представлены артефакты и предметы, которые иллюстрируют, как слюда использовалась в различных сферах. Инсталляция включает в себя мультимедийные элементы, которые рассказывают о назначении и создании предметов, что делает контент более доступным для молодежи. Это оказалось важным, поскольку представленные в экспозиции предметы сейчас не используются, соответственно молодежь не осознает их предназначение и тем более процесс создания. Эта проблема решилась за счет включения в экспозицию небольших вертикальных видео (формат видео в ленте в социальных сетях) о назначении предметов.

Инсталляция «Фабричный цех» воспроизводит атмосферу производственных процессов на слюдяной фабрике, позволяя посетителям глубже понять, как происходила обработка слюды. В этой инсталляции используются звуковые эффекты, создающие погружение в рабочую среду. В пространстве инсталляции звучит аудиозапись, имитирующая чтение отрывка из книги, которую ранее на фабрике по громкой связи зачитывала библиотекарь для работников. Этот элемент не только добавляет историческую достоверность, но и создает эмоциональную связь с прошлым, позволяя посетителям ощутить ритм и атмосферу повседневной жизни на фабрике. В пространстве инсталляции посетители могут увидеть настоящее производственное оборудование, а также образцы слюды в различных стадиях обработки, что помогает визуализировать трудоемкий процесс. Кроме того, в инсталляции предусмотрены элементы, позволяющие посетителям попробовать себя в роли работников фабрики. Например, они могут надеть халат слюдяницы и присесть за стол, за которым когда-то занимались щипкой слюды (процесс расслаивания слюды на тонкие пластинки).

В проекте также велась работа по созданию интерактивных элементов, которые делают процесс знакомства с экспозицией более увлекательным, а опыт разнообразным. Например, игра «Факторы» предлагает посетителям познакомиться с минералом слюда в формате «вопрос-ответ». Участники открывают ячейки с секретиками, постепенно знакомясь с материалом, что

позволяет избежать перегрузки информацией и делает процесс осваивания материала более игровым. Эта игра по сути заменила длинную текстовую экспликацию, разбив материал на небольшие отрывки, которые скрываются за планшетами с вопросами.

Экспериментальная «Бочка-гляделка» в разделе истории использования слюды предлагает посетителям стать ловцами речного жемчуга и протестировать их профессиональный прибор – водогляд. Этот инструмент, представляющий собой полую берестяную трубу, использовался ловцами жемчуга для поиска ракушек на дне рек. В экспозиции представлен аналог водогляда, который можно опустить в наполненную водой бочку, на дне которой находятся ракушки и жемчуг. Этот элемент не только развлекает, но и демонстрирует, как использовали водогляд.

Игра «Ощути вес «кабанчика» в разделе о добыче слюды предлагает посетителям сменить активность и оценить сложность шахтерского труда. Раньше «кабанчиками» называли большие кристаллы слюды, которые могли достигать значительных размеров и веса более 20 пудов. Эти массивные кристаллы были не только ценным сырьем, но трудным в добыче. Участникам предлагается поднять вес, эквивалентный одному пуду, половине пуда или четверти пуда, что позволяет им наглядно ощутить физическую нагрузку (хотя и сильно уменьшенную), с которой сталкивались шахтеры в процессе добычи слюды.

В проекте было уделено значительное внимание не только визуальным и интерактивным элементам, но и обонятельным модулям, которые добавляют уникальный сенсорный опыт в экспозицию. Всего было создано шесть встраиваемых в архитектуру экспозиции модулей – специально разработанных конструкций, которые хранят ароматы, связанные с элементами и предметами экспозиции. Эти модули не просто дополняют визуальный ряд, но и обогащают восприятие, создавая многослойный опыт для посетителей.

Обоняние играет важную роль в нашей повседневной жизни, поскольку запахи способны вызывать сильные эмоциональные реакции и воспоминания, а также влиять на наше настроение. В контексте экспозиции обонятельные элементы помогают более полно раскрыть содержание каждого экспоната или темы, создавая атмосферу, которая способствует глубокому погружению в материал.

Созданные инсталляции, интерактивные элементы и обонятельные модули стали опорными точками в формировании архитектуры впечатлений на экспозиции для молодежи. Параллельно с этими процессами в экспозиции разрабатывались и культурные просветительские продукты в качестве альтернативы стандартной экскурсии для групповых и индивидуальных посетителей. Были выбраны два формата: квиз для организованных групп и чат-бот экскурсия для индивидуальных посетителей. Эти форматы позволяют молодежи более активно участвовать в процессе потребления информации, предлагая им актуальные способы погружения в культурное наследие.

Формат квиза позволил превратить процесс получения новых знаний в занимательную игру. Игровая механика квиза, включающая элементы соревновательности между командами, создает условия для активного участия каждого. Участники не просто отвечают на вопросы – они обсуждают свои ответы и стремятся найти истину, строя догадки. Квиз дает возможность не только проверить уровень знаний, но и развить навык командной работы. Люди учатся слушать друг друга, делиться мнениями и приходить к согласованным решениям, что в конечном итоге способствует не только знакомству с материалом, но и сплочению.

Работа над квизом была насыщена вызовами, требующими креативного подхода и нестандартного мышления. Тем не менее, все усилия оказались оправданы, ведь результатом стала не только качественная игра, но и возможность предложить участникам новый, увлекательный способ взаимодействия с индустриальным наследием, что в свою очередь оставляет яркие впечатления от посещения Слюдариума.

Чат-боты в последние годы стали неотъемлемой частью цифрового взаимодействия, активно внедряясь в различные сферы, включая бизнес, образование и развлечение. Их популярность объясняется множеством факторов, среди которых ключевую роль играют доступность и удобство. Пользователи могут в любой момент получить мгновенный доступ к необходимой информации и услугам, что особенно важно в стремительном ритме жизни современного мира. Чат-боты предоставляют быстрые и простые способы решения различных задач, что делает их не только полезными, но и удобными для повседневного использования. В контексте музеев чат-боты становятся альтернативой традиционной экскурсии с экскурсоводом или использования аудиогuida. С помощью чат-бота посещение музея становится более персонализированным процессом.

Чат-бот экскурсия по постоянной экспозиции Слюдариума представляет собой общение посетителя с цифровым помощником в приложении смартфона, который предоставляет пользователям ценную информацию о предметах, объектах и экспонатах выставки. У чат-бота есть свой герой-проводник – слюдяной (по аналогии с домовым), которого зовут Мика (от английского «mika» – в переводе «слюда»). Он существенно меняет привычный опыт музейной экскурсии. Бот помогает посетителям разобраться с маршрутом, предлагая удобную навигацию и представляя информацию в разнообразных форматах, таких как текстовые сообщения, изображения и пр. Посетители знакомятся с кратким описанием или фактами о ключевых объектах. Для тех, кто заинтересован в более глубоком понимании, предусмотрены дополнительные материалы, такие как этикетки, аннотации и экспликации в самой экспозиции, которые раскрывают детали и контекст ключевых объектов.

Спроектированный на стыке культуры, индустриального наследия и креативности, этот проект заложил основы для формирования концепции молодежного предложения в музейном пространстве, которое оживляет историю одного из первых предприятий Слюдяной промышленности в СССР и представляет в экспозиции путь слюды – от добычи в недрах Земли до разнообразных примеров применения.

За 18 месяцев реализации проекта удалось вывести работу с молодежной аудиторией в музей на качественно новый уровень через форматы совместного творчества и проектирования, которые позволили вовлечь молодых людей не только в разработку отдельных элементов экспозиции, но и в создание альтернатив стандартным экскурсиям.

Список литературы:

1. Мурашова К. Страшная встреча подростка с самим собой. // «Православие и мир». 16.10.2015.
2. Свободное время московских подростков // Nekrasovka PRO Портал Центральной универсальной научной библиотеки имени Н.А. Некрасова для коллег из библиотек и других учреждений культуры. URL: https://pro.nekrasovka.ru/files/%D1%81%D0%B2%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D0%B5_%D0%B2

%D1%80%D0%B5%D0%BC%D1%8F_%D0%BC%D0%BE%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D1%81%D0%BA%D0%B8%D1%85_%D0%BF%D0%BE%D0%B4%D1%80%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%BA%D0%BE%D0%B2.pdf (дата обращения: 26.02.2026).

3. Чупров В.И. Развитие молодежи: концептуализация понятия // Молодежь России: социальное развитие / Отв. ред. В.И. Чупров. М.: Наука, 1992.

М.Д. Силаева,
Российский государственный социальный университет;
О.А. Аникеева,
Российский государственный социальный университет

МЕМ КАК КУЛЬТУРНЫЙ КОД: УЧАСТИЕ МОЛОДЕЖИ В ТРАНСЛЯЦИИ И ПЕРЕОСМЫСЛЕНИИ СМЫСЛОВ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ-ФОЛЬКЛОР

В статье исследуется роль интернет-мемов как носителей культурных кодов в молодежной среде. Анализируются механизмы трансформации традиционных смыслов и создания новых через цифровой фольклор. Выявляются поколенческие различия в восприятии мем-культуры между миллениалами и зумерами.

Ключевые слова: интернет-мем, культурный код, молодежь, цифровой фольклор, поколение Z, трансформация смыслов, медиакommunikация.

M.D. Silaeva, RGSU
O.A. Anikeeva, RGSU

MEME AS A CULTURAL CODE: YOUTH PARTICIPATION IN THE TRANSMISSION AND REINTERPRETATION OF MEANINGS THROUGH INTERNET FOLKLORE

The article examines the role of internet memes as carriers of cultural codes among youth. The mechanisms of transformation of traditional meanings and creation of new ones through digital folklore are analyzed. Generational differences in the perception of meme culture between millennials and zoomers are revealed.

Keywords: internet meme, cultural code, youth, digital folklore, generation Z, transformation of meanings, media communication.

Современная цифровая эпоха характеризуется фундаментальными трансформациями способов производства, трансляции и потребления культурных смыслов. В этих условиях особую роль приобретает молодежь как наиболее активный пользователь цифровых платформ и одновременно – творец новых культурных форм. Одной из таких форм, ставшей неотъемлемой частью повседневной коммуникации миллионов людей, выступает интернет-мем.

Актуальность настоящего исследования обусловлена тем, что интернет-мемы перестали быть исключительно развлекательным жанром и превратились в полноценный инструмент культурной коммуникации, способный транслировать сложные смыслы, ценности и идеи [1]. Молодежь выступает не просто потребителем мемов, но их активным создателем и