Трендвотчинг

Тема ВКР:

Интерактивная веб-платформа о семье Николая II

Главная тема исследования:
Семейная повседневность дома Романовых: цифровая реконструкция источников

Предлагаемый проект — интерактивная веб-платформа о семье Николая II — направлен на создание мультимедийной платформы, объединяющей исторические документы, визуальные источники, дневники, фотографии и элементы дополненной реальности. Его задача — не просто информировать, а дать возможность “прожить” историю через личное восприятие, осмыслить эпоху через эмоциональный опыт, диалог с прошлым и интерактивное участие.

- Исследование успешных кейсов в сфере цифровой культурной памяти (Google Arts & Culture, Artefact Culture, Hermitage Online, Кусково VR 360 (виртуальные туры) и др.).

- Анализ мировых и локальных трендов в области цифровой истории, VR/AR, музейных технологий и сторителлинга.

- Формирование выводов о релевантности и перспективности проекта с учётом актуальных культурных и технологических тенденций.

Ссылка на таблицу трендвотчинг-анализа:

Таблица Трендвотчинга Миронова-Скорых К.К.

1. Краткая суть наблюдения

Цифровизация культурного наследия в России развивается крайне стремительно: музеи и культурные платформы массово внедряют AR/VR, 3D-туры и интерактивные гиды, одновременно растёт запрос аудитории на персонализированные, эмоционально окрашенные исторические нарративы. Эти факторы подтверждают релевантность идеи создания интерактивного приложения о семье Николая II как актуального продукта для музейной и образовательной экосистемы.

Пример отечественной кросс-музейной платформы: ar.culture.ru

Поскольку виртуальное пространство находится в стадии постоянного прогресса (платформы сливаются в цифровые экосистемы, разрабатываются

новые подходы), это тенденция с перспективой на будущее. Медиа проникли в иные сферы жизни, и для музеев подобный подход служит новым витком развития и популяризации культурно-просветительской деятельности. Сами музеи теперь превращаются в медиа, заполоняя информационное поле собственным контентом, который публикуется на принадлежащих им официальных ресурсах.

При поддержке национального проекта «Культура» было разработано единое кросс-музейное пространство «*ARTEFACT*». По данным на октябрь 2025 года, в нем зарегистрировалось 775 музеев из разных регионов страны. Любое учреждение культуры может присоединиться к проекту бесплатно. Согласно данным, размещенным на платформе «*ARTEFACT*», для каждого из экспонатов музеем должен быть представлен следующий контент на русском языке:

– фотография экспоната;
– общие сведения о предмете (этикетаж);
– точки интереса (разметка ключевых деталей предмета);
– статья о предмете (не менее 2000 символов).

Помимо выставок и экспонатов, централизованных на едином виртуальном ресурсе с общей концепцией, здесь присутствует также раздел «Викторины», зайдя в который, пользователи могут не только проверить свои знания в сфере культуры и искусства, но и почерпнуть для себя новую информацию, которая параллельно представлена в виде текста и визуального материала. Доступ к «*ARTEFACT*» возможен через веб-сайт или одноименное приложение.

2. Технические тренды (что делает проект возможным и востребованным)

2.1. Дополненная и виртуальная реальность в музеях

- Практики AR/VR в российских музеях уже развиты: Русский музей, Исторический музей, Эрмитаж, Кусково и ряд других учреждений культуры внедряют виртуальные гиды и AR-модули, что показывает готовность институций к цифровым продуктам и их интеграции. rusmuseumvrm.ru

2.2. 3D-сканирование и виртуальные туры

- Технологии 3D-сканирования и панорамных туров становятся стандартом: виртуальные туры публикуют официальные сайты музеев и городские медиапроекты. Это даёт основу для реализации «виртуального дома» и интерактивных предметов.

  Государственный исторический музей

  https://kuskovo.ru/eto_interesno/vr_360/

https://www.hermitagemuseum.org/panorama?lng=ru

2.3. Платформы и агрегаторы (AR-гиды)

- Появляются российские платформы-агрегаторы (например, ARTEFACT — гид по музеям), которые упрощают распространение AR-контента и дают инфраструктуру для интеграции приложений в экосистему. ar.culture.ru

Доказательная база (русские источники): Русский музей (AR-инициативы), Artefact (платформа), виртуальные туры ГИМ.

rusmuseumvrm.ru

ar.culture.ru

3. Социальные тренды (почему аудитория откликается)

3.1. Запрос на «человеческую» историю

- Современные пользователи хотят не просто фактов, а персональных историй (дневники, письма, аудио). Проекты, которые дают «человеческое измерение», получают более высокую вовлечённость. Это подтверждается как международно, так и в российских практиках экспозиций и подкастов музеев.

  mediashm.ru

3.2. Инклюзивный доступ и образовательный интерес

- Цифровые форматы расширяют доступ к наследию (школьники, регионы, туризм). Государственные и частные грантовые инициативы поддерживают цифровые культурные проекты (региональные программы, нацпроекты). stanovlenie.org

3.3. Игровая мотивация и кратковременный контент

- Короткие геймифицированные форматы (квесты/AR-квесты) эффективны для вовлечения семейной и молодой аудитории — примеры: AR-квесты в Дарвиновском музее. darwinmuseum.ru

Доказательная база (русские источники): материалы медиапорталов музеев, проекты AR-квестов. mediashm.ru

4. Экономические тренды (модель устойчивости и коммерциализация)

4.1. Музеи активнее монетизируют цифровой контент

- Музеи в России развивают платные онлайн-услуги, digital-продукты, а также ищут партнерства с технологическими компаниями — это открывает модели лицензирования, B2B-продаж и freemium-подписок. news.ivest.kz

4.2. Финансирование и гранты на цифровизацию культуры

- Имеются государственные и региональные программы, субсидии и гранты, нацеленные на цифровизацию культурного наследия — потенциал привлечения средств для пилота/партнёрства высок. stanovlenie.org

4.3. Экономия через цифровую экспозицию

- AR/3D позволяют показать редкие и хрупкие объекты без физического риска и снизить нагрузку на экспозиционные бюджеты; это рационально с экономической точки зрения музейных учреждений. Журнал "Регионы России"

5. Риски и факторы, требующие внимания

1. **Этические и методологические вопросы:** реконструкция личных дневников и эмоциональных историй требует аккуратности — избегать мифологизации и фальсификаций. (см. дискуссии о цифровизации наследия). КиберЛенинка

2. **Технические ограничения и совместимость:** AR-решения требуют тестирования на разных устройствах; важно поддерживать и «легкую» версию для пользователей с низкой производительностью. Vinchi Interactive

3. **Необходимость партнёрств:** доступ к первоисточникам, правам на оцифровку и экспертным комментариям невозможен без музеев/архивов (партнёрства с ГИМ, ГАРФ, Русским музеем и др.). Государственный исторический музей

6. Практические выводы: как презентовать проект исходя из трендов

1. **Фокус на эмоциональный опыт.** В презентации проекта делайте упор не на «функции» (AR/3D), а на «чему это даёт пользователю»: возможность «услышать» дневник, «прикоснуться» к быту семьи, «увидеть» дом прошлого в современных декорациях (Опора на социальные тренды и исследования вовлечённости). mediashm.ru

2. **Демонстрация рабочих прототипов AR/3D.** Для музеев и фондов важна демоснтрация работоспособности: короткое видео-демо AR-сцены и 3D-предмета увеличит шансы на партнёрство и финансирование. rusmuseumvrm.ru

3. **Партнёрская стратегия.** Сформируйте пакет предложений для музеев: (а) образовательный модуль для школ, (б) белая маркировка/лицензирование для музеев, (в) пилот(AR-экспозиция) в одном-двух музеях (ГИМ, Русский музей). Это соответствует текущим практикам сотрудничества. Государственный исторический музей

4. **Freemium + образовательные пакеты.** Базовый контент открытый; углублённые дневниковые архивы, AR-комнаты и методические кейсы — платные или доступные по подписке/через партнерские каналы (музейные билеты, школьные программы). Это совместимо с экономическими трендами. https://пушка.рф/

5. **Коммуникация на русском + региональная локализация.** Используйте русскоязычные каналы (сайты музеев, culture.ru, ARTEFACT, профильные СМИ) — аудитория уже воспринимает и пользуется этими площадками. ar.culture.ru

7. Таблица ключевых русскоязычных источников (короткий список — открытые ссылки)

(Ниже — список материалов/проектов, на которые опирался трендвотчинг — открой по ссылке в браузере.)

1. ARTEFACT — гид по музеям России (платформа AR): https://ar.culture.ru/ . ar.culture.ru

2. Государственный исторический музей (официальный сайт, виртуальные туры): https://shm.ru/virtual-tours/ . Государственный исторический музей

3. Русский музей — проекты дополненной реальности: https://rusmuseumvrm.ru/projects/augmented_reality/ . rusmuseumvrm.ru

4. Дарвиновский музей — AR-квест «Код жизни»: https://www.darwinmuseum.ru/projects/separate-exp/ar-kvest-kod-zhizni . darwinmuseum.ru

5. Обзор AR в музейном пространстве (RRMag): «Технология дополненной реальности в музейном пространстве», 2024. Журнал "Регионы России"

6. Научные статьи по цифровизации культурного наследия (ITMO / CyberLeninka): PDF и журнальные выпуски (2024). cat.itmo.ru

8. Мировая практика

Ключевые тренды, влияющие на проект

Технические тренды

- **AR/VR и мобильная AR** — мобильные AR-приложения становятся стандартом для дополнения офлайн-опыта (туристических и музейных маршрутов). Исследования и обзоры по AR в культурном наследии показывают устойчивый рост практик и улучшение UX-практик. ScienceDirect
- **Виртуальные туры и 3D-сканы** — платформы вроде Google Arts & Culture демонстрируют востребованность виртуальных туров и 360° материалов у международной аудитории. artsandculture.google.com

Социальные тренды

- **Запрос на эмоциональную, персонализированную историю** — лучшая конверсия и вовлечённость у проектов, которые дают личную перспективу (дневники, письма, голосовые истории). (поддерживается кейсами музейных выставок и аудиоэкскурсий). Science Museum Blog
- **Рост интереса к локальным/персональным нарративам** — пользователи хотят «человеческое измерение» истории, не только факты.

Экономические/бизнес тренды

Переход музеев и культурных организаций к цифровой коммерциализации: продажи билетов + digital products, платные аудиотуры, лицензионные решения для школ и музеев. (есть примеры цифровых музеев и госконтрактов на цифровизацию культурного наследия). The Times of India

Общий вывод по результатам трендвотчинга

1. Общая тенденция

Во всех проанализированных кейсах наблюдается устойчивый **сдвиг от традиционного музейного показа к цифровой интерпретации исторического наследия**.

Музеи и культурные институции по всему миру (и в России, и за рубежом) активно переводят свои коллекции, архивы, интерьеры и нарративы в **цифровые и интерактивные форматы** — от 3D-панорам и дополненной реальности до мультимедийных маршрутов и пользовательского участия.

Это не просто технологическая мода, а **глубокий мегатренд цифровой публичной истории**: прошлое становится «переживаемым» и доступным для участия, а не только для просмотра.

2. Содержание тренда: от репрезентации к участию

В традиционных музеях (например, Эрмитаж, Кусково) цифровые форматы начинались с **виртуального присутствия** — туры 360°, 3D-панорамы, цифровые копии экспонатов.

Однако более современные платформы (как *Artefact* или *Google Arts & Culture*) развивают идею **пользовательского диалога с историей** — зритель становится соучастником, исследователем, создателем собственного маршрута.

3. Этап зрелости индустрии

Проведённый анализ показывает, что:

- **Технологическая база уже существует** (VR, AR, 3D, мультимедийные архивы, онлайн-платформы).
- **Аудитория готова** к таким форматам — цифровая культура приучила пользователей к интерактивности и персонализации.
- **Институциональная среда** (музеи, государственные порталы, частные проекты) заинтересована в таких решениях, поскольку они расширяют охват и актуализируют память.

4. Ключевые потребности, выявленные в анализе

- **Потребность в доступности культурного наследия** — пользователи хотят «посетить» исторические пространства вне зависимости от места и

времени.

- **Потребность в погружении и эмоциональном опыте** — формат «смотреть» больше не удовлетворяет; важно «чувствовать», «быть внутри».

- **Потребность в осмыслении истории через личный контакт** — пользователи ищут не академическую дистанцию, а личный диалог с прошлым.

- **Потребность в новом языке памяти** — современная публикация о прошлом требует сочетания визуального, звукового и интерактивного опыта.

5. Мегатренды-драйверы

1. **Цифровизация культурного наследия** — перевод исторических пространств и коллекций в онлайн.

2. **Переход к “эмпатическому” музею** — история рассказывается через эмоции и личные истории.

3. **Глобальная доступность культуры** — национальные объекты становятся частью мирового цифрового пространства.

4. **Публичная история и участие пользователя** — история перестаёт быть монологом институции, превращаясь в диалог с обществом.

5. **Иммерсивные технологии** — VR, AR, 3D и интерактивные интерфейсы становятся средствами осмысления прошлого.

6. Почему это важно для моего проекта

Мой проект — **интерактивная цифровая платформа о семье Николая II** — синтезирует все актуальные тенденции:

- объединяет **архивный материал** (документы, дневники, визуальные источники) и **новые формы взаимодействия** (AR, VR, мультимедиа);

- отвечает на современный запрос на **эмоциональное проживание истории**;

- вводит пользователя в **диалог с прошлым**, что соотносится с принципами публичной истории;

- актуализирует **имперское наследие** в этическом, культурном и медийном измерении.

Таким образом, проект не только релевантен трендам, но и **находится на острие перехода от цифрового показа к цифровому участию** — создавая новый тип культурной коммуникации между прошлым и современностью.

7. Итоговый вывод

Проведённые трендвотчинг-исследования показывают, что цифровые форматы памяти о культурном наследии переживают фазу активного роста и трансформации: от визуализации — к эмоциональному и интерактивному участию.

Мой проект вписывается в ключевой мировой и локальный мегатренд цифровой публичной истории и способен занять уникальную нишу — соединяя личные свидетельства, архивные источники и технологии AR/VR для осмысленного, чувственного и диалогового переживания памяти о последней императорской семье.