**МЕСТО МУЗЕЯ В РАЗВИТИИ МЕЖДУНАРОДНОГО КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА**

**Сизикова Александра Вячеславовна**

Амурский областной краеведческий музей им. Г.С. Новикова-Даурского

г. Благовещенск

 В современных условиях развития общества очевиден дефицит духовности. Туризм, в том числе культурный туризм, призван восполнить этот дефицит, и тут несомненна роль музеев. Музей, сохраняя культурное и научное наследие, интерпретируя прошлое и настоящее, играет главную роль в культурной жизни практически всех стран. Однако, современные музеи столкнулись с тем, что общество, сильно «испорчено» развитием высоких технологий, особенно глобальной сетью Internet, которая позволяет найти ответ почти на все интересующие вопросы, даёт возможность совершать путешествия по городам, странам и музеям, не выходя из дома, требует от них кардинально нового во взаимодействии с реальным и потенциальным посетителем. Несмотря на доступность информации, потребность видеть своими глазами и памятники древности, и шедевры мирового искусства, и природные заповедники заставляет людей собираться в путь и становиться туристами.

 В силу этого проблема «музей и туризм» приобретает в настоящий момент особую актуальность. Неслучайно многие музеологи выделяют ее в качестве приоритетной в XXI веке, подчеркивая значимость аспектов управления процессов взаимодействия музеев с индустрией туризма. Никто не сомневается, что развитие туризма способствовало радикальным изменениям, произошедшим в музее в последние годы, но музейное сообщество пока так и не выработало определённой стратегии действий. По этому вопросу идёт обширная полемика среди специалистов. Некоторые уже готовы принять изменения, происходящие в музее, а другие настаивают на том, что они несут в себе угрозу музеям и другим хранилищам наследия. Одни утверждают, что «музеи захлестнула обыденщина, снижение культурного уровня, они превратились в место развлечений и массовых увеселительных мероприятий на потребу индустрии туризма и в угоду экономическим требованиям». Их оппоненты думают наоборот, поскольку видят музей активным участником текущих глобальных процессов. Дискуссионность проблемы подтверждает ее несомненную актуальность и недостаточную изученность. В какой-то мере это можно объяснить тем, что данная проблема стала особенно волновать музеологов сравнительно недавно.

 Культурный туризм – это форма туризма, цель которого состоит в знакомстве с культурой и культурной средой места посещения, включая ландшафт, знакомство с традициями жителей и их образом жизни, художественной культурой и искусством, различными формами проведения досуга местных жителей. Культурный туризм может включать посещение культурных мероприятий, музеев, объектов культурного наследия, контакты с местными жителями.

Вместе с культурой в целом в XXI в. радикально трансформировался музей. В перспективе большинство музеев будут продолжать укреплять свое взаимодействие с окружающим обществом. Тенденция интеграции музеев является результатом нескольких факторов.  Один из них - это глобализация. Нет сомнения в том, что она влияет на отношения между музеем и обществом. Глобализация облегчает налаживание контактов различными способами коммуникации, включая легкость перемещений и путешествий. Унификация бытовых условий (гостиницы, питание) позволяют путешественнику чувствовать себя комфортно в любом городе, в любой стране. Внедрение электронных средств коммуникации и Интернет, распространение электронных визуальных средств являются другим фактором, оказывающим влияние на музеи. В эру репродукций, когда практически любое изображение можно найти в Интернете, реальные объекты приобретают новое значение и ценность. Музеи в этой ситуации позиционируют себя как уникальный объект, предлагающий людям близкое знакомство с подлинными произведениями искусства. Важным фактором, побуждающим музеи увеличивать взаимодействие с обществом, является необходимость привлечения и удержания посетителей, которые платят деньги, расширение аудитории. Учитывая экономические изменения в обществе, сегодня музей не может позволить себе роскошь быть изолированным академическим учреждением, он должен «суетиться» вокруг довольных посетителей. Маркетинговые, социологические исследования стали привычным инструментом в музейных проектах, которые согласовываются не только с интересами хранителей и исследователей, но и учитывают такие факторы, как общественные тенденции, общественное мнение и ценности, интересы различных социальных и возрастных групп. Музейный туризм дает возможность «вывести» знаменитые коллекции в современное культурное пространство и интерпретировать их как специфическую форму интеллектуального, исторического и художественного наследия. Для осуществления современного музейного туризма необходима стройная система грамотного представления музейной коллекции по ряду параметров, в том числе и создание интернациональных программ для любителей искусства и профессионалов.
Глобализация – это не односторонний процесс и ее тоже можно рассматривать как источник культурного разнообразия, перешагивающего национальные границы, т.к. новый всемирный круговорот культурного обмена раздвигает горизонты по сравнению с горизонтами национальных государств.

Межкультурная коммуникация — это коммуникация, происходящая одновременно внутри двух и более культур, и в этом смысле любая разновидность туризма, в том числе и музейного, в чужой культуре представляет собой межкультурную коммуникацию.

Известно, что музеи и музейные комплексы несут в себе информацию об исторических, природно-климатических, национальных и любых других особенностях того или иного региона. Именно поэтому объекты культурного наследия, хранящиеся в музеях, наиболее привлекательны для посещения туристами.

Музей — это культурно-просветительский институт, который активно взаимодействует с посетителем. Так, музей или музейный комплекс сегодня привлекает музейную аудиторию за счет проведения мастер-классов, тематических мероприятий, праздников разного рода, тем самым способствуяповторному посещению туристами музеев. Так, например, в Амурском областном краеведческом музее проводятся различные интерактивные и театрализованные мероприятия для привлечения посетителей. Находясь, например, на театрализованном мероприятии «Веселые посиделки в избе крестьянина-переселенца», посетитель знакомится с культурно-историческими ценностями, даже если целью посещения была только лишь развлекательная программа. Благодаря этому музей продолжает выполнять одну из своих главных функций — просвещение и образование.

На современном этапе для привлечения большого потока туристов Амурский областной краеведческий музей использует в своей практике такие направления деятельности как:

1) экспериментальные технологии — проведение экспериментов и различных работ в музее (изготовление гончарных изделий с помощью гончарного круга, плетение кольчуги и т.д.);

2) метод погружения в среду (частичное или полное) — посетители осматривают предметы, наблюдают процесс их создания и использования и принимают участие в этих процессах, включая обряды, танцы (интерактивное мероприятие «День оленевода и охотника», театрализованные мероприятия для китайских студентов, в ходе которых они знакомятся с русскими традициями и обычаями ).

На современном этапе для продвижения музейной туристической программы необходимо определить ее цели и аудиторию, на которую будет настроена та или иная программа. Изучая музейную аудиторию (независимо от возраста, рода занятий, образовательного уровня и т. д.), музейные сотрудники стараются построить наиболее комфортный маршрут для туриста. Учитываются такие пункты, как:

1) навигация — в музее находятся специальные указатели, чтобы турист знал куда идти, что он там увидит и что находится вокруг него;

2) правильно выстроенная экспозиция, интересующая посетителя, которая может заложить основу общения туристов между собой;

3) информация о выставке на доступном аудитории языке (в зависимости от возраста и уровня образования), при этом экскурсоводы дают точную информацию;

4) правильно распределенное время: сосредоточенные, вовлеченные в действие, заинтересованные посетители не замечают, как проходит время.

Таким образом, культурно-познавательный туризм вообще и музейный туризм в частности связаны с получением новой информации и эмоций, облегчают вхождение в другую культуру посредством коммуникации и общения. Происходит встреча нескольких культур, т. е. межкультурная коммуникация, обмен знаниями и впечатлениями. При этом для улучшения взаимодействия музея с посетителями, необходимо проводить работу с целевыми группами с помощью разных методик: наблюдение, анкетирование, интервьюирование. Все это позволяет найти баланс между научной и развлекательной способностями музея быть более коммуникабельным с посетителем, сохранять свой статус научности при общении с аудиторией.

Анализируя взаимодействие музея и туризма в современном мире, мы можем заметить, что оба эти явления глубоко взаимосвязаны друг с другом. В нынешних условиях туризм приобрёл поистине массовый характер и стал одной из форм проведения свободного времени не только элитной части общества, но и среднего класса, молодёжи и учащихся, что привело к формированию мощной индустрии досуга со своей инфраструктурой. Появляется необходимость определения в ней не только специфической роли музея, но и задач управления процессами межкультурной коммуникации. Обращает на себя внимание изменение отношения к туризму со стороны общества, в котором важное место занимают приоритеты в системе духовных ценностей.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Мастеница Е.Н., Шляхтина Л.М., Музей и турист: управление процессом межкультурной коммуникации. Опубликовано: Менеджмент. Наука. Образование. Культура. Сб.науч.тр./ Санкт-Петебургский гос. Ун-т культуры и искусств. – СПб: СПбГУКИ, 2003 – 312. (Труды. Т. 155). – с. 194-208.
2. Петрова Д.А. Материалы междунар. НПК «Актуальные проблемы гуманитарных наук» - г. Томск, 5-6 апр. 2012 г. С. 89-93.
3. Романчук А.В. Музейный туризм: - Учебно-методическое пособие. – Санкт-Петербург, 2010. – 46 с.