

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Саратовский национальный исследовательский  
государственный университет имени Н.Г.Чернышевского»

Кафедра туризма и культурного наследия

**Музейный потенциал малых городов в контексте развития въездного  
туризма ( на примере г. Вольск Саратовской области)**

АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 3 курса 361 группы  
направления 43.04.02 - «Туризм»  
Института истории и международных отношений  
Ким Марии Михайловны

Научный руководитель

доцент, канд. эк. наук, доцент

должность, уч. степень, уч. звание

\_\_\_\_\_

дата, подпись

Е.С. Милинчук

инициалы, фамилия

Заведующий кафедрой,

директор, докт. экон. наук, профессор

должность, уч. степень, уч. звание

\_\_\_\_\_

дата, подпись

Т.В. Черевичко

инициалы, фамилия

Саратов 2021 год

## Введение

Музеи – знаковые учреждения, которые составляют неизменную культурную доминанту и определяют привлекательность региона. В культурной политике любого региона наличие и развитие малых музеев рассматривается как яркое явление «раскрепощения процесса культурного строительства в России». Малыми музеями в основном принято считать музеи малых городов численностью населения не более 50 тысяч человек и сельских поселений. Только в малых городах живут 20 млн россиян, а это – 15% населения нашей страны. С сельской территорией этот процент будет еще выше.

За последние двадцать лет количество российских музейных организаций значительно выросло. Однако, большинство музеев находятся в депрессивных территориях.

Появление значительного числа музеев выявило многие трудности, ключевой из которых стал низкий уровень профессионализма кадров, способных к реализации основных направлений деятельности музеев.

В последние годы работа малых музеев претерпела качественные изменения, в т. ч. вырос их интерес к участию в грантовых конкурсах, пришло понимание, что проектная деятельность – порой единственное средство ответить на вопрос, «каково твое “лицо”», в чем заключается твоя миссия в обществе, т. е. самоидентифицироваться в социокультурном пространстве.

Главное – как позиционирует себя музей в обществе, сфокусирована ли его деятельность на населении, на каждом конкретном человеке, готовы ли музеи давать ответы на вопросы, волнующие людей, которые, по сути, являются единственными адвокатами этой деятельности. И от того, насколько успешно музей встроится в сегодняшнюю ситуацию, обратится к участию в решении проблем общества, а значит, выявит новую модель своей деятельности, зависит его бытование в будущем.

Среди иностранцев Москва и Санкт-Петербург уже давно и широко известные турцентры. Многие российские туристы в последнее время также стали проявлять интерес к внутреннему туризму, ведь на периферии с каждым днем открывается все больше предприятий турбизнеса, стремящихся к международному уровню сервиса. Огромную роль играют и более низкие, чем в столицах цены. Таким образом, изучение вопроса развития туризма именно в малых городах на сегодняшний день очень актуально.

Аналізу данной темы посвящены научные работы следующих исследователей: Гордина В.Э. и Матецкой М.В., Шляхтиной Л.М. и Мастеницы Е.Н, Мастеницы Е.М., Галкиной, Т. В. Хадсон К. В процессе написания магистерской работы также использовалась отчетная документация за 2017-2020 г.г. Управления молодежной политикой, спорта и туризма Вольского муниципального района и Муниципального учреждения «Вольский краеведческий музей».

Целью магистерской работы является исследование роли музейного потенциала в развитии туризма в малых городах России на примере г. Вольска Саратовской области.

В соответствии с целью задачами работы являются:

1. Изучить концепцию современных музеев как культурно-досуговых центров и их классификацию
2. Рассмотреть практический опыт музеев малых городов России в генерации туристского потока
3. Исследовать основные направления и тенденции развития туризма в г. Вольск Саратовской области.
4. Исследовать роль МУ Вольский краеведческий музей в туристском пространстве г. Вольска саратовской области.
5. Разработать экскурсию для привлечения туристов в г. Вольск.
6. Рассмотреть особенности организации и рассчитать стоимость экскурсии.

Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников.

В первой главе рассматривается понятие музея, его функции и классификация музеев. Подробно объясняется, что изменяются приоритетные направления деятельности современного музея. И рассмотрен практический опыт музеев малых городов, как основных генераторов турпотока.

Во второй главе проведено исследование туристской деятельности в городе Вольск, оценен его потенциал и выделены приоритетные направления развития туризма. Изучена деятельность Муниципального учреждения Вольский краеведческий музей и его влияние на формирование турпотока в городе.

Третья глава посвящена разработке интерактивной экскурсии по залам картинной галерее Вольского краеведческого музея. Представлена технологическая карта экскурсии, выделены ее достоинства и преимущества, а также произведен расчет стоимости.

## **Основное содержание магистерской работы**

На сегодняшний день, музей - это учреждение, где хранятся, изучаются и выставляются для показа ценные произведения искусства, предметы и документы, имеющие культурное, научное, историческое значение, а также здание, в котором находится это учреждение.

В отечественном и зарубежном музееведении в качестве основополагающих традиционно выделяют две исторически сложившиеся функции, определяющие специфику музейной деятельности, место и роль музея в обществе и культуре – функцию документирования и функцию образования и воспитания.

По мнению ряда исследователей, например Д.А. Равиковича, помимо этих двух функций для музея характерна еще и функция организации свободного времени, которая обусловлена общественными потребностями в культурных формах досуга и эмоциональной разрядке. Она является производной от функции образования и воспитания, поскольку посещение музея в свободное время связано в основном с мотивами познавательно-культурного характера. Эта функция в скрытом виде исторически присуща музейным учреждениям хотя бы по той причине, что посещение музеев связано, как правило, с использованием досуга.

Социальные функции музея тесно связаны между собой и находятся в непрерывном взаимодействии. Процесс документирования продолжается в русле экспозиционной и культурно-образовательной деятельности музея. Ведь экспозиция представляет собой специфическую форму публикации той научной работы, которая ведется в процессе комплектования музейных предметов, их изучения и описания. Преимущественно на основе экспозиций осуществляется и функция образования и воспитания. Экскурсии, лекции и другие формы просветительной деятельности музея служат комментарием к экспозиции и представленным в ней музейным предметам.

С конца XX в. универсальной моделью музея в зарубежных странах считается "открытый музей", то есть культурно-образовательный комплекс музейного типа, который, кроме функции музея (сбор фондов, их сохранения, экспонирования), выполняет образовательные, воспитательные и развлекательные функции.

Культурно-просветительская деятельность музеев претерпела существенных изменений: образовательная и воспитательная функции реализуются в образовательных программах, культурных акциях, сотрудничества с учебными заведениями; развлекательная функция - в активном участии личности в творческих мастерских, клубах, вечерах отдыха, концертах, в созданных на территории музеев коммерческих структурах: ресторанах, барах, торговых палатках. Постепенно музеи становятся составной индустрии досуга.

В то же время в зарубежных странах многие не одобряют превращения музеев и художественных центров в центры досуга, считая, что такие методы работы являются целесообразными в бизнесе, а привлечение посетителей к художественным учреждениям путем организации досуга заставляет воспринимать искусство как средство развлечения, а не как духовное обогащение личности; использования музейных методов работы в учебном процессе педагоги-консерваторы рассматривают как пустая трата времени, отвлечение от занятий, преобразования музея на "супермаркет" или "парк аттракционов", в котором собственно музей играет роль рекламного средства.

Современные музеи вынуждены разрабатывать маркетинговые стратегии для создания собственного имиджа и привлечение внимания населения к своей работе. В современном мире туризм вносит существенный вклад в развитие мировой экономики, становясь источником дополнительных доходов для множества городов и регионов, а в ряде случаев выступая в качестве единственного катализатора развития, особенно

в тех случаях, когда ресурсная база города или территории относительно невелика.

В настоящее время во всех музеях делается акцент на развитии туризма. Малый город, в котором есть какие-то достопримечательности, в том числе потенциальные, может попробовать стать туристической дестинацией. В отделах культуры и краеведческих музеях думают над тем, что можно с туристами делать, как их завлечь. Поначалу, это выглядит не перспективным вариантом, поскольку вопрос о том, где найти туристов и как развивать инфраструктуру остается открытым. До большинства малых городов достаточно сложно добраться. Это обусловлено тем, что в регионах плохие дороги, нет железнодорожного сообщения, не оборудованы причалы.

Креативные проекты с участием музеев открывают новые возможности для привлечения туристов в малые города и получения дополнительных выгод – как для городов и их жителей, так и для самих музеев. При этом для российских регионов и расположенных в них малых городов с недостаточно развитой туристской инфраструктурой крайне важны создание благоприятной институциональной среды для развития и комбинирования разных видов туризма, а также различные формы поддержки, направленные на развитие и вовлечение в создание турпродукта всех групп стейкхолдеров туристской дестинации, в том числе музеев.

Таким образом, встраивание музеев в современные маркетинговые стратегии культурного туризма должны учитывать те изменения, которые происходят в этой сфере: рост интереса туристов к «культуре повседневности» и нематериальному культурному наследию и снижение интереса к простому обзору достопримечательностей; более существенную роль цифровых технологий в культурном туризме; возрастающее значение впечатлений и соответствующий рост спроса на комплексный продукт «креативного туризма».

Стоит отметить, что чаще всего туристы, отправляясь куда-нибудь в российскую глубинку, собираются посетить именно музеи. В большинстве регионов России музеи остаются главными точками притяжения туристов. Это также распространяется и на иностранных туристов. У большинства из них уже пропадает интерес посещать крупные и известные города России, такие как Санкт-Петербург, Москва и т.д. Да и сами большие города «устают» от большого потока туристов. Поэтому внимание фокусируется на малых городах.

Развитие туристической отрасли в настоящее время является одним из приоритетных направлений деятельности администрации Вольского муниципального района, что подтверждается активной реализацией уже второй муниципальной программы - «Развитие внутреннего и въездного туризма в Вольском муниципальном районе на 2017-2020 годы».

Особое значение для Вольска, зарекомендовавшего себя высоким уровнем проведения различных массовых праздников и значимых событий, имеет событийный туризм. Традиционными за несколько лет стали экскурсионные туры выходного дня в рамках значимого событийного мероприятия «Вольский Фестиваль Ухи на Волге». В IV фестивале ухи на Волге приняли участие 35 тысяч человек (для сравнения: в 2016 – 8 тысяч человек).

В настоящее время одним из наиболее значимых и перспективных туристических направлений для Вольска является речной туризм, главная цель которого – появление нашего города в качестве пункта захода и стоянки в маршрутах пассажирских судов.

Значимым событием в туристической отрасли района стало включение Вольска в брендовый маршрут региона «Золотые огни Саратова» (Саратов-Вольск-Балаково). Данное решение было принято по итогам визита в наш город экспертной комиссии комитета по импортозамещению в туризме Министерства культуры РФ, в ходе которого были детально рассмотрены

возможности туристской инфраструктуры Вольска, его экскурсионных программ.

Широкая известность и постоянное повышение уровня историко-культурного туризма в Вольском районе обусловлены деятельностью МУ Вольский краеведческий музей, основанный 1920 г. как художественный культурно-исторический музей. На данный момент музей подразделяется на 4 отдела: отдел истории, отдел природы, картинная галерея и усадьба героя войны 1918 года В.В. Орлова-Денисова.

Вольский музей по праву считается культурно-историческим достоянием района. Руководство и сотрудники данного учреждения культуры не только систематически организуют интересные комплексные мероприятия, рассчитанные на любую аудиторную группу, обновляют выставочные экспозиции, но и участвуют в разработке новых туристических маршрутов.

Вольский краеведческий музей в рамках реализации муниципальной программы по развитию туризма: «Развитие внутреннего и въездного туризма на территории Вольского муниципального района Саратовской области на 2017-2019 годы» сотрудничал со следующими туристическими фирмами: «Вокруг света», «Мир путешествий», «Бюро путешествий», «Мир путешествий», «Бюро нескучных выходных», «Золотая вязь», «Юные геологи», «Волга тур» и др. Было проведено 310 экскурсий с общим охватом 4650 человек.

За отчетный период действовали следующие туристские маршруты:

- «Тайны мелового карьера» ,автобусный;
- «Вольск- купеческий»,комбинированный (автобусный, пешеходный);
- «Путевые заметки уездного города», комбинированный (автобусный, пешеходный);
- «Вольск городок – Петербурга уголок» , пешеходный;
- «Любимые места отдыха вольчан», пешеходный;

- «Заповедные места Вольского района» , автобусный;
- «Вольск – Земля Героев!», комбинированный (автобусный, пешеходный);
- «Вольск с высоты птичьего полета», комбинированный (автобусный, пешеходный).

В период с 18 марта по 07 июля 2020 г. в связи с пандемией COVID-19 и рекомендованной самоизоляцией экскурсии, лекции, образовательные программы велись в онлайн формате на платформах для видео- и аудиоконференцсвязи, чатов и веб-семинаров с использованием различных мобильных, настольных и конференц-систем Zoom, Google Meet, а также YouTube канал и соцсети «Instagram», «Вконтакте», «Одноклассники», что существенно сократило число посещений музея туристами.

Благодаря введению инновационных технологий в работе музея поддерживается высокий уровень посещаемости, создается имидж Вольска как города с высоким культурным потенциалом. Для этого была разработана экскурсия по залам картинной галереи Вольского краеведческого музея и проведение интерактива «Купеческая лавка».

Цель предлагаемой экскурсии - содействовать воспитанию патриотизма и чувства гордости за прошлое отчизны; развивать уважение к культуре и традициям наших предков; развивать эстетическое восприятие художественных произведений; способствовать воспитанию ответственности за сохранность культурного наследия. Экскурсия проходит по экспозиции картинной галереи и знакомит с культурой вольского купечества. Продолжительность экскурсии составляет 1 час 15 мин.

Задачи экскурсии:

- знакомство с живописными полотнами представленными в картинной галерее;
- познакомить с личностями вольских купцов;
- дать представление об истории градостроительства;

- предоставить туристам возможность окунуться в купеческие времена при помощи интерактива «Купеческая лавка».

Возраст групп неограничен, так как данная экскурсия может быть интересна как детям так и взрослым. Интерактив, проводимый в конце экскурсии, рассчитан на различные возрастные группы.

Нами был разработан текст экскурсии на русском и английском языках и составлена ее технологическая карта.

Маршрут экскурсии включает вестибюль, парадную лестницу, зал европейского искусства, купеческий зал, парадный зал, зал русского жилого интерьера первой половины 19 века, зал передвижников, зал позднего академизма Вольского краеведческого музея.

Нами был проведен расчет стоимости экскурсии. Стоимость экскурсии одинакова как для российских граждан, так и для иностранных граждан, и составляет 210 рублей.

В целом следует подчеркнуть, что отличительной чертой интерактивной-театрализованной экскурсии является то, что встречает группу экскурсовод переодетый в костюм купчихи, что добавляет загадочности. В конце гостям музея предлагается окунуться в атмосферу прошлых лет и почувствовать себя в лавке купца, выполняя задания разработанные научными сотрудниками.

Несмотря на то, что Россия у иностранных туристов популярное туристское направление, о культуре и быте малых городов России иностранцам известно очень мало. В определенной степени российскую провинцию можно назвать "туристическим клондайком". Ведь в мире существует немного стран, в которых, так же как в России, такое богатство сочетаний памятников архитектуры и редких по красоте ландшафтов. Но только в России сохранилось такое количество исторических городов, еще оберегающих свою самобытность.

Вольск старинный купеческий город, который с 2010 года имеет статус исторического поселения федерального значения, что придает ему особую привлекательность для туристических групп. Жемчужиной города является картинная галерея Вольского краеведческого музея, расположенная в купеческой усадьбе XIX в. Н.С.Менькова. Богатство и уникальность художественных коллекций никого не оставляет равнодушным. Особой гордостью музея является собрание купеческо-мещанских портретов первой половины XIX в., где представлены лики вольских купцов, имена которых были известны не только в глубинке, но и в столице. Благодаря тому, что в 2017 году возобновился заход теплоходов в город, Вольск стали чаще посещать иностранцы. Благодаря этому разработанная экскурсия может стать весьма популярной и востребованной как у российских, так и у иностранных туристов.

## Заключение

Судьбы малых музеев в большинстве случаев зависимы от экономического развития самого места. Но существуют и другие примеры, когда музеи становились инициаторами развития территорий, в т. ч. и экономического.

Ключевой фактор в развитии музейной деятельности, влияющей на изменение территории в лучшую сторону – это люди и знания, неравнодушие, инициативность.

Путь развития малых музеев – просветительское «развлечение». В малых городах количество производств и предприятий сельского хозяйства сокращены до минимума еще с кризиса 90-х годов. Поэтому все несколько сложнее, чем просто желание привлечь туристов и на них заработать. Если углубиться в суть проблемы, то туристы не являются главным источником доходов города, а попытка развить туризм на основе музеев и достопримечательностей — это скорее стремление обозначить город на карте страны, в том числе привлечь внимание региональных или федеральных властей, благодаря чему могут последовать инвестиции, благоприятные решения и понимание людей где-то в условном центре, что город еще на что-то способен, что люди там инициативны и активны.

Стоит отметить что роль музеев малых городов России в развитии въездного туризма одна из главных. Благодаря креативному у подходу к музейной деятельности, открываются новые возможности для привлечения туристов в малые города и получения дополнительных выгод- как для жителей города, так и для самих музеев.

Город Вольск является одним из малых городов Поволжья, который обладает достаточно мощным туристским потенциалом.

Одним из главных направлений его туристической деятельности это развитие речного сообщения по Волге. С октября 2017 года в город Вольск возобновились заходы речных круизных судов. В числе туристических

теплоходов посетивших город были: 3-палубный теплоход «Русь Великая», 4-палубный «Семен Буденный» и 3-палубный «Александр Невский», который прибыл специально для участия в Вольском Фестивале ухи.

Вольский краеведческий музей играет одну из главных ролей в развитии туризма города, являясь «монополистом» в оказании экскурсионного обслуживания. Помимо этого, музейными сотрудниками периодически разрабатываются новые увлекательные экскурсии, которые не оставляют равнодушными туристов из разных уголков страны и мира.

В работе представлен план разработки обзорной экскурсии с элементами театрализации по картинной галерее, которая предположительно должна стимулировать увеличение туристского потока в городе Вольск. Была составлена технологическая карта экскурсии, где точно прописаны цель и задачи экскурсии, ее маршрут и определена целевая аудитория. Добавление интерактивного элемента в классическую обзорную экскурсию, позволит повысить интерес граждан к посещению музея и города в целом.