

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра туризма и культурного наследия

**Креативное обслуживание в музеях,  
как инструмент привлечения туристов в регион**

**АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ**

Студента(ки) 2 курса 267 группы  
направления (специальности) 43.04.02 «Туризм»  
Институт истории и международных отношений

**Степанян Ларисы Григоровны**

Научный руководитель:  
доцент кафедры туризма  
и культурного наследия,  
к.с.н.

\_\_\_\_\_ М.С. Отнюкова

Заведующий кафедрой туризма  
и культурного наследия,  
д.э.н., профессор \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Т.В. Черевичко

Саратов 2021

**Введение. Актуальность темы исследования.** Музей – это учреждение, занимающееся сбором, изучением, хранением и экспонированием предметов — памятников естественной истории, материальной и духовной культуры, а также просветительской и популяризаторской деятельностью.

Историческое наследие играет важную роль в нашей жизни. В процессе развития общества возникали различные виды музеев и формы предоставления знаний в них. За последнее десятилетие художественным музеям, как и многим другим учреждениям культуры, приходится на практике решать вопросы продвижения. Перед многими российскими музеями ставят задачи по изменению имиджа, привлечению аудитории, превращению из пыльных архивов в современные пространства для досуга. Постоянная деятельность по увеличению музейной аудитории являются сейчас объективными требованиями, выполнение которых может обеспечить эффективное функционирование музеев. В связи с этим востребованность музея сегодня прямо зависит от количества и удовлетворенности его посетителей.

Таким образом, актуальность данной работы связана с изучением теоретических и практических аспектов применения креативных подходов в экскурсионной работе, что выступает важным средством привлечения посетителей в музеи.

В настоящее время крайне актуальна проблема исторической памяти населения. Зачастую молодежь не знает историю своего города, образовательного учреждения и даже своей семьи, покидает свои города и отправляется в другие, более крупные, в поисках работы и лучших условий для жизни. Наше исследование направлено на развитие музейного туризма, патриотическое воспитание и вовлечение молодежи в социальную практику через креативное обслуживание и инновации в вузовских музеях.

**Методологическими и теоретическими основаниями** магистерского исследования послужили труды отечественных и зарубежных исследователей в области туризма. Вопросам музееведения и в особенности комплектованию музейных фондов, посвящено очень много научных и учебных изданий. Напри-

мер, в учебном пособии «Музееведение. Музеи исторического профиля» под ред. К.Г. Левыкина, В. Хербста излагаются теоретические основы музееведения и научная методика работы музеев исторического профиля. Рассматриваются социальные функции музеев, их научно-исследовательская деятельность, вопросы фондовой, экспозиционной и массовой идейно-воспитательной работы, характеризуются музейные здания.

Главное внимание в пособии сосредотачивается на проблеме прикладного музееведения. Авторы стремились дать максимально возможную в отведенном объеме информацию по теоретическому обоснованию научно-методических и практических вопросов всех основных направлений деятельности музеев: научному комплектованию, исследовательской, научно-фондовой, экспозиционно-выставочной, образовательно-воспитательной и просветительской работе.

Юренева Т.Ю. в учебнике «Музееведение» излагает не только теоретические основы музееведения и методику музейной работы, но и историю музеев мира. На обширном фактическом материале автор анализирует причины и обстоятельства возникновения музеев в различных регионах мира, прослеживает становление и развитие музея как социокультурного института, показывает его место и роль в каждой конкретной исторической эпохе. Также рассматриваются социальные функции музеев, их научно-исследовательская работа, вопросы фондовой, экспозиционной и культурно-образовательной деятельности, и даже менеджмента и маркетинга.

Учебное пособие Тельчарова А.Д. «Основы музейного дела» посвящено одной из актуальных проблем современного гуманитарного образования - подготовке музейных работников разных уровней квалификации. Преподавание теории и истории музейного дела в системе как высшего, так и среднего специального образования сегодня нуждается в подкреплении современными учебными пособиями и материалами. В книге приводятся сведения о развитии музейного дела в России и формировании музейной системы, о классификации музеев и основных музейных технологиях, о направлениях и формах культурно-просветительной работы музеев.

Сборник научных трудов НИИ культуры «Музей и современность. Комплектование музейных коллекций» обобщает некоторые результаты исследований проблемы комплектования музейных коллекций.

Более подробно с точки зрения процесса коммуникации, продвижения рассматривают культурные учреждения такие авторы, как П.Дж. Бойлан, М.С. Андрейкина, Т.В. Артемьева, И.В. Алешина. Ф. Котлер в книге «Все билеты проданы. Стратегии маркетинга исполнительских искусств» касается вопросов разработки и реализации стратегических маркетинговых программ для учреждений культуры.

Роль рекламы и связей с общественностью в выполнении музеем своих фундаментальных функций изучают Е.Л. Шекова, Г.Л. Тульчинский, Б. Шмидт. Е.Л. Шекова в пособии «Менеджмент в сфере культуры» систематизирует опыт управления, планирования, рекламной деятельности, работы с персоналом в культурном учреждении. Авторы книги «Бизнес в стиле шоу. Маркетинг в культуре впечатлений» приводят примеры успешных маркетинговых и PR - кампаний в сфере развлечений и технологий их реализации.

Технологии организации и проведения мероприятий изучены в трудах В.А. Барежева, Э. Берна, С.В. Герасимова, А.Я. Пасмурова, В.Н. Фунтова, У.Хальцбаура. В своих работах фокусируют внимание на технологиях продвижения музея Н.А. Никишин, Ю.В. Бодрова, М.В. Степанова.

В своей совокупности эта и другая литература дает хорошее представление о современном состоянии разработки проблемы в целом и отдельных теоретических и методических вопросах, о научной концепции комплектования фондов.

**Цель магистерской работы** - исследование особенностей креативного обслуживания в музеях, как инструмента привлечения туристов в регион, а также разработка проекта, направленного на формирование креативных компетенций в музейной сфере высших учебных заведений.

Для достижения цели исследования были поставлены следующие **задачи:**

1. Проанализировать концептуальные основы креативного обслуживания в музеях;
2. Изучить сущность и специфику музейного обслуживания;
3. Рассмотреть креативное обслуживание в музее как фактор привлечения туристов;
4. Провести исследование особенностей креативного музейного обслуживания на базе Вузов;
5. Исследовать потенциал музея истории Саратовского государственного университет имени Н.Г. Чернышевского;
6. Провести анализ перспектив развития креативного обслуживания музеев ВУЗов;
7. Разработать проект школы Креатива «SARGO»;
8. Разработать проектные предложения, цель и задачи;
9. Составить план–график работ и результаты проекта;
10. Рассчитать бюджет, риски и провести оценку эффективности проекта.

**Объект магистерской работы** - креативное обслуживание в музеях.

**Предметом магистерской работы** являются инструменты и методы креативного обслуживания в музеях для продвижения региона и привлечения туристов.

**Эмпирическая база магистерской работы** включает в себя следующие методы: исследование организации (музей истории СГУ), контент-анализ сайтов музеев при ВУЗов РФ.

**Научная новизна** представлена в научных результатах, полученных лично магистрантом.

**Практическая значимость исследования** состоит в разработанном проекте, направленном на *формирование креативных компетенций в музейной сфере высших учебных заведений*. Предложенные в работе рекомендации позволят получить эффективные методы работы в музейной сфере.

**Апробация работы.**

**Основные публикации:**

1. Степанян Л.Г. Креативное обслуживание в музеях, как инструмент привлечения туристов в регион // Студенческий вестник: электрон. научн. журн. - 2021. - № 16(161). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/161>

**Результаты и тема магистерской работы обсуждались и докладывались на:**

- Круглом столе «Не забывая историю, смотрим в будущее», посвящённому 111-летию Саратовского государственного университета и 11-летию Музея истории университета, целью которого являлось сохранение исторической памяти в музеях и библиотеках города Саратова и цифровой трансформации музеев, библиотек, архивов.

- На VIII Всероссийском форуме рабочей молодежи, с проектом «Школа экскурсоводов» организатор: Федеральное агентство по делам молодежи, федеральное государственное бюджетное учреждение «Центр содействия молодым специалистам» и Министерство молодежной политики и спорта Республики Башкортостан;

- XIX Круглом столе «Музей и проблемы культурного туризма» 1-2 апреля 2021 года, в формате zoom-конференции. Организатор: Отдел Туризма и специальных программ Государственного Эрмитажа.

Данная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка используемых источников и приложений.

**Основное содержание бакалаврской работы.** Теоретический анализ показал, что слово «креатив» чаще всего используется среди специалистов по дизайну и рекламе, которые создают что-то новое, оригинальное, не существовавшее ранее. Также мы обнаружили, что большая часть музеев России не способна заинтересовать туристов, равно как и своих жителей региона, потому что многие из них не способны трансформировать свою деятельность для освоения современных реалий культуры. У многих музеев отсутствует стремление и возможности к внедрению инновационных технологий по работе с посетителями, что и отражается на массовом спросе.

Отношение к посетителю музея за последние несколько лет изменилось, если раньше музеи были созданы для хранения экспонатов и их изучения, то в настоящее время музеи предоставляют услуги по приятному времяпрепровождению и интеллектуальному обогащению. В этой связи современные музеи стараются внедрять креативное обслуживание через инновационные технологии и методы, для увеличения посещаемости музея внедряя участника экскурсии в сам процесс. К таким креативным методам относят: использование технического оборудования (VR – очки, мультимедийное оборудование) для погружения посетителя в определенный исторический период; квест – экскурсии (квизы) – данный метод дает возможность познать исторический период или событие, через интерактивное взаимодействие с определенными предметами в музее для поиска ответа на вопрос экскурсовода; использование специальных приложений на устройствах для воспроизведения фрагмента истории через виртуальное пространство; экскурсии в сочетании с мастер-классами; театрализованное представление, разыгрываемое самими работниками музея; использование ролевых игр для погружения посетителей в быт и историю определенного исторического периода; использование анимации в экскурсии.

В аналитической части работы нами был проведен ряд практических исследований, был проанализирован опыт музеев, которые являются не только площадкой распространения культурного продукта, но и продвижения, популяризации культурного продукта. Креативный подход демонстрирует Оренбург-

ский областной музей изобразительных искусств, а также сотрудничество Дома-музея Юсуповых на Мойке с группой акапельного пения «Ковчег». Также был проанализирован потенциал университетских музеев МГУ, музей судебной медицины Санкт-Петербургской государственной медицинской академии им. И. И. Мечникова, зоологический музей Томского государственного университета, музей Кемеровского государственного университета «Археология, этнография и экология Сибири».

Учитывая, что музеи имеют ресурсы для создания и продвижения музейного продукта, собственную инфраструктуру сбыта, и растущий потенциал рынка, а также учитывая влияние музеев на развитие креативной экономики, музеи являются полноправными участниками культурных индустрий, изменяя качество жизни, формируя культурную идентичность, развивая плюрализм и толерантность атмосферы в обществе. Многие существующие музеи России уже прошли трансформацию из старого формата хранения экспоната, в новый формат креативного обслуживания и интерактивного развлечения. На сегодняшний день существует огромное множество различных инструментов, которые помогают привлечь новых посетителей в музей. И все технологии, и методы направлены на различные возрастные группы, для более эффективного коммуникативного взаимодействия, но зачастую они просто не понимают, как всем этим пользоваться.

Кроме того, в работе разработан проект Школа креатива «SarGO» включает в себя комплекс мероприятий, способных решить проблему развития музейного пространства высшего учебного заведения, дав возможность местным жителям и гостям города Саратова по-новому открыть для себя родной регион и пробудить желание остаться в своем городе, развивать небольшие города.

В проекте «SarGO» будет проведен отбор студентов, проявляющих интерес к истории университета, родного края. Планируется проведение обучения участников, реализована наставническая программа по подготовке собственных креативных экскурсионных программ, проведена образовательно-исследовательская работа.

Авторы наиболее интересных программ попадут в финал, для детальной проработки, а затем представят свои проекты на заключительном этапе, где будет выявлен победитель и отмечены самые яркие разработки.

Опыт данного проекта позволит увеличить заинтересованность студентов Саратовской области в туристско-креативной сфере, поможет участникам сформировать новые умения и навыки.

В ходе осуществления данного проекта студентам и молодежи представится возможность открыть по-новому территорию Саратовского края. Работа участников проекта будет происходить под наблюдением специалистов, что позволит им получить экспертную и организационную поддержку.

Работа, проведенная в рамках данного проекта, направлена на развитие исторического туризма, патриотическое воспитание и вовлечение молодежи в социальную и музейную практику. Проект соответствует осуществлению задачи, обозначенной в III разделе п.9 «Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года» (Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 № 1662-р):

- гражданское образование и патриотическое воспитание молодежи, содействие формированию правовых, культурных и нравственных ценностей среди молодежи с помощью стимулирования интереса молодежи к историческому и культурному наследию России.

Кроме того, проект способствует осуществлению следующих задач государственной программы «Патриотическое воспитание граждан РФ на 2016-2020 годы»:

- выявление и использование наиболее эффективной практики патриотического воспитания;
- развитие исследований, направленных на разработку новых программ, методических подходов и технологий патриотического воспитания;
- апробация и внедрение современных программ, методик и технологий в деятельность по патриотическому воспитанию и др.

**Основные целевые группы, на которые направлен проект**

- студенты образовательных организаций высшего образования Саратова и Саратовской области;

- студенты колледжей Саратова и Саратовской области;
- школьники (9-11 классы) Саратова и Саратовской области;
- жители и гости города Саратова.

**Основная цель проекта** - к маю 2022 года будут разработаны туристические продукты, в них будет вовлечено более тысячи молодёжи, которая будет развивать креативные компетенции в экскурсионной и музейной деятельности по Саратовской области.

#### **Задачи проекта**

- Методическая деятельность
- Информирование
- Организация и проведение обучения Школа креатива «SarGO»
- Создать новые туристические маршруты по музею истории СГУ, Саратovu и Саратовской области
- Проведение экскурсий по новым маршрутам

**Заключение.** Итак, проведенный анализ креативного обслуживания в музеях, как инструмент привлечения туристов в регион, позволил сделать ряд выводов как теоретического, так и практического характера.

В результате теоретического анализа существующих источников, было выявлено, что современные музеи - это образовательная площадка, которая не только помогает получить определенные знания, но и также становится местом для проведения досуга и отдыха. Специфика музейного обслуживания зависит от категории музея и посетителей-экскурсантов, так как цели и запросы категорий экскурсантов будут различными, что должно найти отражение в содержании экскурсионного обслуживания.

В целях нашего исследования, проанализирована деятельность музея истории Саратовского государственного университета имени Н.Г. Чернышевского. Необходимо отметить, что музей стал объектом систематического изучения истории университета для студентов 1 курсов университета. Для дальнейшего развития музея, стоит уделять внимание привлечению интереса у студентов старших курсов, преподавателей, абитуриентов и других посетителей, через креативные форумы, лектории, проекты и т.д.

Также исследование показало, что появление университетского музея в современном понимании относится к концу XVI века, когда экспонаты коллекций были включены в процесс обучения и исследования. Стоит отметить, что ВУЗовские музейные коллекции представляют собой огромный ресурс для учебной и научной деятельности всего учебного заведения. Они позволяют, например, формировать новые образовательные программы дистанционного образования и современно визуализировать онлайн-курсы. Ведь, не в каждом университете существуют те или иные коллекции, способствующие подготовке курсов.

Обобщив результаты проведенных исследований, нами была определена основная проблема – ВУЗовские музеи не стремятся выходить из зоны комфорта и не используют в полной мере те знания, которые хранят из бесчисленные и драгоценные фонды. Очевидно, что существует потребность реализации круп-

ных музейных проектов, в особенности тех, которые сопровождаются инфраструктурными изменениями. Для увеличения аудитории музея при высших учебных заведениях, необходимо внедрять креативные методы обслуживания. Благодаря таким проектам увеличится количество посещений города, привлекательность региона.

Для решения данной проблемы была разработана проект Школы креатива «SarGO» как комплекс мероприятий, способных решить проблему внутреннего туризма, дав возможность местным жителям и гостям города Саратова по-новому открыть для себя родной регион и пробудить желание остаться в своем городе, развивать небольшие города. Разработаны методы реализации проекта: проведение отбора студентов для участия; организация обучения; создание новых туристических маршрутов по музею истории СГУ, Саратову и Саратовской области; проведение экскурсий по составленным туристическим маршрутам; реализация культурно-массовых мероприятий. Также составлен план–график работ, просчитаны результаты проекта, бюджет, риски и оценка эффективности проекта.

В заключении отметим, что данные выводы и разработанный проект Школы были представлены руководству университета. Информация была проанализирована и оценена положительно, в настоящее время принимаются меры для реализации проектных предложений.

Таким образом, внедрение практик креативного обслуживания позволит музею истории СГУ расширить свою аудиторию (школьники, абитуриенты и их родители, студенты, сотрудники и т.д.), а также повысить имидж и узнаваемость университета не только в пространстве региона, но и всей страны.