А. В. Романчук

ПОДГОТОВКА МЕНЕДЖЕРОВ И ЭКСКУРСОВОДОВ В РАМКАХ УЧЕБНОГО КУРСА «МУЗЕЙНЫЙ ТУРИЗМ»

Известный английский музеолог А. Хупер-Гринхилл в 90-е гг. XX в. справедливо утверждала: «Изучение истории музеев показывает, что в процессе своего развития они всегда подвержены различным изменениям. Их идентичность и само их определение во многом зависят от того социального, политического, экономического или технологического контекста, который они представляют»[1]. Понятие «коммуникации» в последнее время занимает все более и более важное место в формулировании целей и задач современных музеев[2]. Один из аспектов коммуникации связан с теми услугами, которые музей может оказывать посетителям, чтобы способствовать физической, эмоциональной и интеллектуальной доступности своих собраний для аудитории. Широта спектра вспомогательных услуг, которые может предложить музей, оказывается важной для достижения им успеха[3].

За рубежом значительным подспорьем музеям в деле переосмысления их функций являются специальные этические и профессиональные кодексы[4]. Раньше кодексы делали основной упор на технологии повседневной работы музея, но не на оказываемых музеем услугах. На протяжении XX в. центр тяжести в этой области сместился с организации и структуры услуг на содержание. Исследованию данной проблематики посвятил ряд работ П. ван Менш, аналогичные вопросы были рассмотрены в статьях греческих музеологов Е. М. Цилаги, К. Дермицаки, А Доксанаки, П. Ф. Зуниса, М. Линардакиса и др.[5]

Работа музейщиков включает в себя и проблемы профильных дисциплин и, собственно, музеологические навыки. Будучи лишенными сознательного и правильного менеджмента, они с неизбежностью исключают друг друга и результатом своим имеют лишь частично выполненную работу. В прошлом музеи целиком и полностью строились исключительно на базе профильных дисциплин, таких как история, искусствоведение, естествознание и т.д. С 1960-х гг. начинает уделяться внимание и собственно музеологическим функциям, недавно появившимся музейным профессиям. По мнению П. ван Менша, это ведет к рационализа-

[1] *Hooper-Greenhill E.* Museums and the Shaping of Knowledge. London, 1992. P. 1.
[2] Museum, Media, Message. Ed. by E. Hooper-Greenhil. London, 1995.
[3] *Ambrose T.* Museums Basics. London, 1993. P. 56.
[4] *Mensch P. van.* Ethics and Museology:
http://www.otherspace.co.uk/students/simoncaslaw/thesis/standards/PVMethicsPhD.htm (ссылка последний раз проверялась – 29.04.09 г.)
[5] *Цилага Е. М., Дермицаки К., Доксанаки А., Зунис П. Ф., Линардакис М.* О некоторых аспектах организации региональных музеев в Греции // Музеология – музееведение в XXI веке: проблемы изучения и преподавания. Материалы международной научной конференции. СПб., 2009. С. 118-119.

ции музейной работы и еще большему усилению роли менеджмента[6]. На практике такая рационализация в последнее время охватила и крупнейшие музеи Санкт-Петербурга. К примеру, в Государственном Эрмитаже в начале 2009 г. произошло изменение не только в системе оплаты труда, что соответствовало исполнению положения об учреждениях культуры и искусства, подведомственных Министерству культуры РФ, от 28.08.2008, № 64, но и изменение в кадровой политике, системе управления. Сотрудники, которые в течение нескольких десятилетий выполняли функции, соответствующие должностным инструкциям научных сотрудников, перешли в статусы менеджеров, экскурсоводов различных категорий, администраторов, начальников секторов и т.д.

Деятельность сотрудников туристических фирм (менеджеров, гидов, экскурсоводов) в настоящее время тесным образом связана с деятельностью музеев и требует профессиональной подготовки. В этом смысле особую роль играют учебные курсы лекций, семинаров, практические занятия в музеях, входящие в образовательные программы кафедр музееведения и экскурсоведения, музеологии, музейного дела и охраны памятников Санкт-Петербурга. Пять лет назад в Санкт-Петербургском государственном университете (далее – СПбГУ) на историческом факультете была организована кафедра Музеологии, готовящая специалистов в области организации экскурсионно-туристической деятельности и экспертизы антиквариата и музейных ценностей. В лекционном курсе «Музейный туризм» для студентов II курса специализации «Организация экскурсионно-туристической деятельности», рассчитанном на 34 учебных часа, рассматриваются соотношение понятий культурный и музейный туризм, основные проблемы музейного туризма, факторы, обеспечивающие привлекательность музеев в туризме, роль специальных туристских программ в музеях.

Туризм, интерпретируемый в наше время как индустрия, вынужден обращаться к междисциплинарному знанию, использующему парадигмы исторической, социологической, психологической и других наук и имеющему выходы в философское осмысление явлений. Поэтому использование образовательного и научного потенциала классического университета для подготовки специалистов в прикладных областях (в нашем случае – в музейном туризме) играет немаловажную роль.

Аналитические и мониторинговые исследования, тренинги по составлению специальных программ и изучению аудитории музеев на студенческих занятиях кафедры Музеологии СПбГУ дают возможность сочетать особенно важные характеристики успешных культурных туристических программ: внимание к разнообразным запросам публики и творческий подход. Как показывает опыт, разработка специальных программ, являющихся итогом (зачетом) изучения курса «Музейного туризма» у студентов кафедры, ни с чем несравнимое творчество и удовольствие для них.

Решение вопроса о включении музея в маршруты культурного туризма, степень востребованности музея туристической сферой стали зависеть от его качества. Активная посещаемость музея – сегодня в большей степени показатель не художественной культуры, а туристического бизнеса. Музей предлагает: а) экспозиции и выставки; б) экскурсии и лек-

[6] *Mensch P. van.* Museology and management: enemies or friends? Current tendencies in theoretical museology and museum management in Europe // Museum management in the 21st century. Ed. by E. Mizushima. Tokyo, 2004.

ции; в) специальные программы; г) услуги, ассортимент которых определяется возможностями его коллектива и инфраструктуры; д) авторские права на воспроизведение предметов, входящих в его собрание; е) сувениры – качественные и неслучайные, снабженные фирменной маркой музея, или сертификатом, удостоверяющим точность их воспроизведения; ж) книги, каталоги, буклеты и другую полиграфическую продукцию, видеофильмы, слайды, CD-ROM и прочие издания, использующие современные информационные технологии. Таким образом, музей может предложить туристу множество продуктов – материальных и нематериальных, созданию которых предшествует большая и кропотливая исследовательская работа. Одним из самых востребованных предложений являются эксклюзивные туристские программы. Что такое специальные программы в музейном туризме XXI века? Это – одна из форм комплексной презентации коллекций музея, органично входящая в современную ментальность и включающая эстетический, коммуникативный и фандрейзинговый аспекты. Продвижение подобного туристского продукта в музее требует стройной системы грамотного представления музейной коллекции по ряду параметров. Во-первых, разработка специальных программ для разных возрастных категорий посетителей; во-вторых, подготовка специальных циклов для представителей разных социальных групп; в-третьих, создание программ, предполагающих включение туристов в процесс творческой деятельности внутри музея и на базе его коллекции; в-четвертых, создание синтетических программ с использованием возможностей не только художественной коллекции, но и других видов искусства внутри музея (музыкального сопровождения, концертного исполнения и т.п.); в-пятых, создание комплексных программ с привлечением других музеев, художественных и культурных центров и организаций; в-шестых, создание интернациональных программ для любителей искусства и профессионалов. Теоретические и практические занятия в СПбГУ дают весьма интересные и яркие плоды в этих направлениях. После прослушанного курса по музейному туризму, студенты, готовя свои авторские программы, часто тематически объединяют коллекции нескольких музеев Петербурга, в том числе малых музеев. Несколько отчетных проектов специальных программ студентов II – IV курсов кафедры Музеологии уже заинтересовали представителей ряда туристических фирм, например, координатора проекта «Ринальди хотелс групп» в Петергофе Т. Г. Авдееву.

Осенью 2008 г. в Санкт-Петербурге успешно проводился IV фестиваль детских музейных программ в форме игры-путешествия. В нем задействованы почти все музеи города. Но вот любопытная специальная программа для детей «Знакомство с куклой» (М. Заболоцкая – IV курс), апеллирующая к неиспользованным в петербургском туризме объектам. Туристический проект обеспечивает возможность познакомиться с работами современных мастеров-кукольников, составить представление о различных направлениях необычного вида декоративно-прикладного искусства: традиционной, театральной, интерьерной, сувенирной кукле; узнать о русских обрядах, традициях, роли куклы в праздниках и повседневной жизни наших предков, технологии изготовления сувенирной куклы. С поставленными задачами автор предполагает справиться во время посещения петербургского Музея кукол, спектакля в Большом театре кукол и в Театре марионеток им. Е. С. Деммени, мастер-класса в демонстрационной мастерской. Кроме того, программа предусматривает собственноручное изготовление кукол.

Рассказ на лекциях о существующих в Эрмитаже, Павловске и других музеях Санкт-Петербурга и пригородов программах для людей с ограниченными физическими возможностями стимулировал рождение студенческого проекта для слепых, получившего название «Петербург прикосновенный» (М. Сорокина – IV курс). В него вошла продолжительная экскурсия по Летнему саду с возможностью «слышать и осязать» знаменитое историческое место петровского времени, посещение Филармонии, служба в соборе Св. Апостола Андрея Первозванного, обед, включающий блюда, любимые Петром I.

Исследования, посвященные одному из новых направлений в музейном туризме – специальным виртуальным программам, также не редкость на отчетных тренингах кафедры. Один из таких опытов – виртуальная программа «Музыкальные забавы императорского двора. Век Екатерины II» (М. Веревкина – V курс). В музее очень много таких вещей, которые непросто показать. Например, действие музыкальных механизмов (работа тех же часов «Павлин» в Эрмитаже), инженерные находки мебели Д. Рентгена. Здесь виртуальные проекты помогают «заглянуть внутрь». В Эрмитаже существует Сектор компьютерных и информационных технологий, который подготовил уже более десяти специализированных дисков. Работа над каждым из этих дисков потребовала не менее полугода (отбор материала в архивах, исследования в библиотеках, консультации хранителей, организация фотосессии, оцифровка). Музейная практика в Эрмитаже оказывает неоценимую помощь в составлении студентами учебных тренинговых программ такого рода.

Некоторые студенты кафедры приехали учиться в Санкт-Петербург из российской глубинки и хотели бы решать проблемы музейного туризма на малой родине, не всегда с широко известной историей и традициями. Одна из представленных ими программ связана с туризмом Сибири. Студентка из Иркутска назвала свой виртуальный проект «Жемчужина Сибири» (Ю. Евстигнеева – V курс). История строительства Кругобайкальской железной дороги, захватывающее дух путешествие по железнодорожным тоннелям, посещение Музея деревянного зодчества «Тальцы», этнографический праздник на реке Ангара и, наконец, созерцание просторов озера Байкал – не может оставить равнодушными ни российских, ни зарубежных туристов. Диски-презентации студенток четвертого курса, представленные на международной конференции «Музеология – музееведение в XXI веке: проблемы изучения и преподавания», понравились коллегам из Польши и Греции, высказавшим пожелание их приобрести.

В перспективах деятельности кафедры Музеологии организация тренинговых классов по турагентской, туроператорской деятельности, разработка образовательных программ, участие в мероприятиях Ростуризма для продвижения готового продукта на рынке туристических услуг. Однако уже сегодня можно говорить о создании, востребованности и реализации туристских музейных программ студентами кафедры, получившими теоретические знания в лекционном курсе «Музейный туризм» и готовящими себя к экскурсионно-туристической и менеджерской работе в музеях и турфирмах города.