

УДК 069.15

DOI: 10.17223/22220836/29/23

С.Р. Бабаева

ОПЫТ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ТУРИСТОВ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ МУЗЕЕВ (НА ПРИМЕРЕ БРИТАНСКОГО МУЗЕЯ)

В статье рассматривается место музеев в развитии культурного туризма. На примере деятельности Британского музея показана роль современных технологий в организации музейной работы и коммуникации с заинтересованными государственными и частными учреждениями и институтами в вопросе продвижения культурного наследия. Раскрыты направления работы музея с постоянными посетителями и по привлечению потенциальных посетителей.

Ключевые слова: Британский музей, потенциальный посетитель (турист), современные технологии, коммуникация, социальные сети.

Сегодня всемирно известные музеи создают и поддерживают высокие стандарты привлекательности, чтобы привлечь внимание местных и иностранных туристов во время их пребывания в том или ином регионе страны. Они используют весь набор управленческих техник – от стратегического маркетинга, коммуникации с посетителями и заинтересованными учреждениями до управления персоналом [1. С. 11], выстраивая при этом взаимовыгодные отношения с заинтересованными государственными и частными учреждениями и организациями. Одной из основных целей в деятельности музеев является привлечение посетителей, а политика музея в этом направлении ориентирована то, чтобы посетитель, однажды побывавший в нем, еще не раз вернулся в музей. Для достижения этих целей музеям необходимо думать о запросах и интересах людей, которых они желают видеть в музее. Правильно организованная деятельность музея с посетителями – это правильная стратегия культурной коммуникации. По справедливому утверждению О.Э. Даршта, коммуникация – это не просто цепочка последовательных мероприятий по привлечению широкой общественности; коммуникативная модель предполагает обязательную обратную связь между основными участниками [2. С. 17]. Она удовлетворяет потребности и интересы участников коммуникации и приносит существенную материальную выгоду как самому музею, так и региону либо стране. При этом немаловажное значение приобретает также фактор ненавязчивой пропаганды истории и культуры своей страны.

Так, музеи Великобритании, будучи неотъемлемой частью индустрии туризма, оказывают существенное влияние на развитие туризма страны, привлекая миллионы международных и внутренних посетителей. Они демонстрируют лучшее из истории и культуры страны для самых широких зритель. Музеи представляют посетителям широкий спектр объектов истории и культуры как самой страны, так и мира. Великобритания признана одной из трех ведущих стран мира, история, наследие и культура которой являются

самыми популярными основаниями, по которым туристы посещают страну. Знакомство, погружение в историю и культуру происходят посредством посещения, в первую очередь, музеев страны. Это подтверждается количеством посетителей музеев Великобритании. Так, по данным Совета директоров национальных музеев страны (National Museums Directors' Council), в 2014–2015 гг. более 71 млн человек посетили национальные и крупные региональные музеи Великобритании [3]. А если принять во внимание тот факт, что ежегодно страну посещают 32 млн туристов, а среди них согласно результатам исследования, проведенного Nation Brands Index, примерно 65 % посещают музеи [4], тогда количество международных туристов, посещающих британские музеи, составит соответственно 20,8 млн человек. Данный факт наглядно подтверждает, что британский музейный сектор динамично развивается, популярен и пользуется международным уважением.

В свою очередь, это, кроме политических и культурных дивидендов, вносит существенный вклад в экономику страны. Так, по оценкам Совета директоров национальных музеев страны (National Museums Directors' Council), культура и наследие Великобритании ежегодно привлекают около 4,5 млрд фунтов стерлингов, а 1/4, т.е. 1,13 млрд фунтов стерлингов, составляют доходы от международных туристов [5]. Причем 8 из 10 лучших достопримечательностей Великобритании для посещения являются музеями.

В этой связи существенным фактором роста привлекательности музеев Великобритании, кроме богатой коллекции, отражающей как историю страны, так и мировую историю, являются политика правительства в области финансирования, налогообложения и предоставление музеев существенной самостоятельности при проведении своей работы, а также правильно организованная и осуществляемая политика работы музеев со всеми слоями посетителей. Национальные музеи и галереи страны являются отдельными юридическими лицами, независимо функционирующими в рамках законодательных актов об их учреждении. По решению британского правительства от 2001 г. в целях повышения доступа к культурно-историческим ценностям вход в национальные музеи и галереи бесплатный.

Наглядным образцом корректно организованной работы, сочетающей в себе все элементы и функции классического музея, успешно использующего в своей деятельности современные технологии, методы управления и коммуникации для привлечения заинтересованных государственных и частных учреждений и посетителей, является Британский музей. Безусловно, Британский музей может считаться одним из символов Лондона и всего Объединенного Королевства. За более чем 250-летнюю историю своего существования музей собрал сокровища со всего мира и признается одним из старейших национальных музеев, который открыт для всеобщего посещения с середины 18-го столетия. Музей обладает уникальной коллекцией, отражающей историю и эволюцию человечества с древнейших времен до настоящего времени. Коллекция Британского музея составляет около 8 млн экспонатов, которые собраны в 10 отделах. Вся коллекция размещена в 61 зале общей площадью 75 тыс. м² [6. С. 3].

Рассмотрим опыт работы Британского музея в области финансирования, политики продвижения на рынке культурных предложений и привлечения посетителей, сотрудничества со средствами массовой информации, с

различными культурными, туристическими и иными организациями и учреждениями.

Существенными факторами функционирования Британского музея являются осуществляемая им ценовая политика и финансирование. Как нами было отмечено выше, посещение музеев в Объединенном Королевстве бесплатное, поэтому для покрытия расходов по содержанию и устойчивому развитию музея финансирование осуществляется из различных источников: во-первых, в основном из бюджета Управления по культуре, средствам массовой информации и спорту (Department for Culture, Media and Sport); во-вторых, из доходов музея, которые поступают от временного предоставления своих экспонатов для временных выставок, от временного предоставления своих экспонатов другим культурным учреждениям, от продажи товаров и предметов как посредством магазина музея, так и онлайн-продажи, от аренды помещений, от образовательных программ; в-третьих, от пожертвований и спонсорства. Причем пожертвования могут быть произведены частными и юридическими лицами со всего мира посредством сайта Британского музея и использованы на конкретное направление музейной деятельности – на сохранение экспонатов, на какие-либо отделы музея либо на образовательные и исследовательские программы.

Важным элементом в работе музея по привлечению посетителей является политика распространения своей деятельности, которая одновременно становится важной частью маркетинга, способствующего расширению доступа к культурным и историческим ценностям для всех сегментов рынка. В этом направлении Британский музей организует ряд мероприятий.

а) Ежегодные национальные выставки и Программа национального партнерства. Так, по данным Британского музея, в 2015 г. национальные выставки, организованные музеем, посетило 7,7 млн человек [7]. Национальные выставки и Программа национального партнерства являются основополагающими факторами работы Британского музея в стране. Они позволяют музею и вовлеченным в эту деятельность культурным учреждениям эффективно использовать и пропагандировать национальное культурное наследие. При этом региональные экспозиции партнеров объединяются с шедеврами Британского музея с целью ознакомления с культурно-историческим наследием регионов страны. Данные мероприятия позволяют жителям регионов получить прямой доступ к коллекциям Британского музея и оказывают существенную поддержку региональным музеям и галереям в укреплении связей со своими постоянными посетителями и привлечении новых посетителей. Сотрудничество Британского музея посредством временного предоставления части своих экспонатов региональным музеям и галереям в деле организации национальных и региональных выставок является популярным видом партнерства и становится существенной материальной поддержкой для этих музеев и галерей. К тому же это способствует обмену профессиональными познаниями и таким образом оказывает поддержку культурным учреждениям регионов, объединяя и распространяя эти познания в деле популяризации культурно-исторического наследия Великобритании. Следовательно, Британский музей, становясь двигателем туризма, посредством национальных выставок и партнерских программ помогает региональным музеям и галереям становиться двигателями туризма в регионах.

б) Международные выставки своей экспозиции. Ежегодно значительное количество экспонатов Британского музея становится частью временных выставок по всему миру. Британский музей был признан крупнейшим заимодавцем в мире, временно предоставляющим свои экспонаты для организации выставок вне Объединенного Королевства. Так, согласно заявлению руководства музея из 4 502 экспонатов, предоставленных взаймы, 2 328 предметов были направлены иностранным культурным учреждениям. С 2010 по 2015 г. международные туристические выставки Британского музея, организованные им в 35 городах 16 стран, посетили свыше 6 млн человек [8]. Эта форма деятельности музея, включающая в себя экстенсивные программы туристических выставок и партнерства за рубежом, повышает не только значимость самого музея и его коллекций, но и историко-культурное наследие страны.

в) Научно-исследовательские, образовательно-культурные и иные публикации музея. Кроме научно-образовательных целей, данные публикации используются также для презентации и продвижения музейного продукта. С этой целью в 1973 г. был основан Издательский дом музея, который сегодня является мировым лидером в публикации музейных материалов.

г) Образовательные программы музея. Этот вид деятельности музея является существенным фактором познания культурно-исторического наследия, который имеет также важную социальную значимость. В этом направлении музей предлагает широкий набор деятельности, включающих в себя участие в различных событиях, посещение курсов и тренингов как непосредственно в музее, так и посредством онлайн-мероприятий. В целях оказания помощи школам страны Британский музей совместно с другими культурными учреждениями создали Образовательную систему (TES Global) для оказания помощи учителям в доступе к огромному объему источников, которые производятся для поддержки классных занятий. Музейные экспонаты Британского и других музеев стали доступными для учащихся как часть программы «История мира в 100 объектах». Запущенный в 2014 г. и продвигаемый на сайте Образовательной системы (TES Global), данный проект получил высокую оценку преподавателей страны. Он поощряет учителей взглянуть на местные музейные коллекции как на вдохновляющие источники обучения истории. К марту 2016 г. сайт привлек более 100 000 пользователей [7]. Кроме того, Британский музей выступает в качестве координационного центра для использования экспертного потенциала страны посредством осуществления программы «Обмен знаниями». Музей оказывает поддержку лицам, работающим в области культурно-исторического наследия Объединенного Королевства, с помощью разнообразных программ тренингов и обмена знаниями.

Особое место занимает политика продвижения деятельности музея, которая нацелена на информирование общества касательно культурно-исторических продуктов музея и услуг. В этом направлении музей строит свою работу посредством сотрудничества со средствами массовой информации и интернет-порталами. Мероприятия, осуществляемые Британским музеем, анонсируются прессой через пресс-релизы и партнерские СМИ. Музей сотрудничает с рядом известных электронных туристических порталов, среди которых Visit London, London Travel Guide, Tourist Information UK, Science Museum и др.

Одним из наиболее известных совместных проектов Британского музея стал проект «История мира в 100 объектах» (A History of the World in 100 Objects), реализованный в 2010 г. при тесном партнерстве с радиостанцией BBC-Radio 4. В течение года радиовещательная корпорация посвятила 100 передач по 15 мин каждая различным знаменитым историческим предметам, хранящимся в Британском музее и связанным с ними историческим эпизодам [9]. Интересен и проект 2014 г. «Воспоминания о нации» (Memories of a Nation), посвященный удивительной и сложной истории Германии от Священной Римской империи до наших дней. В 30 радиопередачах посредством 200 хранящихся экспонатов, посвященных Германии, рассказывалось о богатой и неоднозначно оцениваемой истории этого государства [10].

Британский музей придает огромное значение работе своего сайта (www.britishmuseum.org). Посетители Великобритании и других стран знакомятся с коллекциями музея на его сайте и канале YouTube. Свыше 4 500 экспонатов музея можно увидеть на странице Культурного института Google (Google Cultural Institute). Еженедельно около 100 тыс. посещают канал музея на YouTube [7].

Для продвижения своей деятельности и связи с постоянными и потенциальными посетителями музей широко использует социальные сети и медиаплатформы. Кроме того, музей активно использует новые формы сотрудничества: доступ к цифровым технологиям, онлайн-исследовательские ресурсы, сотрудничество с различными университетами и культурными учреждениями, а также участие в сообществах в социальных сетях, таких как Facebook, Twitter, YouTube и др. Так, в 2015 г. посредством сайта и страниц музея в социальных сетях 43,7 млн человек ознакомились с экспозициями музея [11]. Вместе с тем сайт предоставляет подробную информацию о всесторонней деятельности музея, включая график работы, адрес, связи с общественностью, маршруты доступа в музей, тематику временных и постоянных выставок и многое другое.

Существенное значение музей придает производству и продаже сувениров – различных брошюр, буклетов и других предметов с изображениями артефактов музея. Ежегодно тысячи таких сувениров реализуются через торговые точки и посредством онлайн-магазина на сайте музея. Продажа этих предметов имеет не только материальную значимость, но и несет в себе важный образовательный и рекламный компонент. Кроме этого, Британский музей проводит различные мероприятия, посвященные тем или иным важным историческим датам или экспонатам, конференции и семинары. Так, в 2015 г. Британским музеем была проведена научно-практическая конференция «Хранитель музея будущего» (The Curator of the Future), в которой приняли участие 250 делегатов, представляющих различные музеи, а также работники культуры и науки. Посредством социальных сетей в конференции в онлайн-режиме приняло участие значительное количество работников музеев страны. В ходе 5-дневной конференции были проведены практические семинары по обмену накопленным опытом. В этом же году Британским музеем реализована Программа международного тренинга, в которой в течение шести недель были задействованы работники различных музеев. В ходе тренингов изучались вопросы коллекционирования, хранения и презентации экспонатов

в различных по размеру музеях, формы организации музейной работы для привлечения потенциальных слоев посетителей [7].

Вышеуказанные формы деятельности, направленные на расширение туристской привлекательности музея и соответственно привлечение новых посетителей, дополнены разнообразными услугами. Так, для создания более комфортных условий пребывания посетителей и организации контактов между ними в своих стенах Британским музеем создана специальная служба по консультациям посетителей, которая предлагает мультимедийную навигационную систему музея, представляющую посетителям изображения и аудиоинформацию о более 200 объектах на 10 языках (немецком, испанском, французском, русском, китайском и др.). Кроме того, данная система содержит интерактивную карту, которая помогает посетителям получить быстрый доступ к интересующим их выставкам и галереям. Такая же система создана для детей от 5 до 11 лет, она содержит аудиоинформацию, изображения экспонатов из 30 залов и различные интерактивные игры вокруг некоторых экспонатов. В музее имеется также специальная навигационная система для слепых или слабовидящих людей, предоставляющая аудиоописание значительного количества экспонатов музея. С целью создания досуга посетителей в музее функционируют ресторан, кафетерии, гардеробные помещения, комнаты матери и ребенка, предоставляются инвалидные коляски для людей с ограниченными двигательными возможностями. При входе в музей посетителям предлагаются бесплатно карты музея, в каждом зале имеются скамейки для отдыха.

Таким образом, деятельность персонала музея, использующего современные инновационные технологии и широкий спектр услуг, направленных на создание привлекательности как для внутренних, так и международных посетителей, успешно реализуется, о чем свидетельствуют растущая популярность и устойчивое развитие Британского музея, что отражается в вышеуказанных показателях посещаемости.

Литература

1. Зуев С.Э. Новые социальные технологии в сфере культуры // Музей и новые технологии. На пути к музею XXI века. М., 1999. С. 6–16.
2. Даршм О.Э. Паблик рилейшнз в музее: техника успеха // Музей и новые технологии. На пути к музею XXI века. М., 1999. С. 17–30.
3. Museums Matter. National Museums Directors' Council [Электронный ресурс]. URL: https://www.nationalmuseums.org.uk/media/documents/publications/museums_matter/museums_matter_web.pdf (дата обращения: 29.07.2017).
4. Anholt-GfK Nation Brands Index. [Электронный ресурс]. URL: <http://nation-brands.gfk.com> (дата обращения: 31.07.2017).
5. Museums Matter. National Museums Directors' Council [Электронный ресурс]. URL: https://www.nationalmuseums.org.uk/media/documents/what_we_do_documents/nmde_museums_and_tourism_briefing_2013.pdf (дата обращения: 29.07.2017).
6. Великие музеи мира. Британский музей. М.: Директ-Медиа, 2011. 98 с.
7. The British Museum. National Partnerships 2015/16 [Электронный ресурс]. URL: http://www.britishmuseum.org/pdf/National_Programmes_Review_2015_16_FINAL.pdf (дата обращения: 29.07.2017).
8. The British Museum. The BVRLINGTON MAGAZINE. December 2015, no. 1353. Vol. 157 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.burlington.org.uk/archive/editorial/neil-macgregor-and-the-british-museum> (дата обращения: 29.07.2017).

9. *A History of the World in 100 Objects* [Электронный ресурс]. URL: http://www.bbc.co.uk/pressoffice/pressreleases/stories/2009/11_november/25/history.shtml (дата обращения: 31.07.2017).

10. *Memories of a Nation*. BBC-Radio 4 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bbc.co.uk/mediacentre/latestnews/2014/radio-4-british-museum-germany> (дата обращения: 03.08.2017).

11. *The British Museum Annual Review Launch 2015* [Электронный ресурс]. URL: <http://www.britishmuseum.org/aboutus/newsandpress/pressreleases/2015/annualreview2015.aspx> (дата обращения: 29.07.2017).

Babayeva Sabina, Azerbaijan Tourism and Management University.

E-mail: sabina.babayeva89@gmail.com

Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History, 2018, 29, pp. 247–254.

DOI: 10.17223/22220836/29/23

EXPERIENCE OF ATTRACTING TOURISTS IN ACTIVITIES OF MODERN MUSEUMS (ON EXAMPLE OF THE BRITISH MUSEUM)

Key words: The British museum, potential visitor (tourist), modern technologies, communication, social networks.

The article considers essential aspects in activity of museum on organization its work in current conditions. It is noted an importance of use modern innovation technologies to arrange significant communication with both interested cultural institutions, public and private agencies and in establishing of mutual communication to all targeted groups of visitors.

Research made shows that the British museum is not only an important cultural institution but also a driver in cultural tourism industry of the country.

In addition to academic and educational functions, museums of the UK attract millions of domestic and international tourists. This is positive reflected in the both the issues of promotion its history and culture and gaining a significant means for one's sustainable functioning.

An experience of the British museum, its daily work on attraction of visitors, promotion of cultural and historical heritage is an important for use by other museums. The museum is a sample of correctly organised work that combine all elements and functions of classic museum, which is successfully using in its work the modern innovative technologies, methods of management and communication to attract interested public and private institutions and visitors.

The British museum actively works the both in the country and other countries. Internal activity directed in organisation of regional exhibits. These events allow obtaining to visitors of regions direct access to the British museum collections and provide an essential support to regional museums and galleries in strengthening of links to their permanent visitors and engagement of new visitors. International work focused in organisation of temporary exhibitions and temporary loan of part of exhibits to other cultural institutions abroad. Annually significant number of the British museum exhibits are become a part of temporary exhibitions around the world.

Using a modern innovative technologies and wide range of services that directed to engagement the both home and international visitors the British museum has become an important part of socio-economic and political image of Great Britain.

References

1. Zuev, S.E. (1999) *Novye sotsial'nye tekhnologii v sfere kultury* [New social technologies in sphere of culture]. In: Nikishin, N.A. (ed.) *Muзей i novye tekhnologii* [Museum and new technologies]. Moscow: Progress-Traditsiya. pp. 6–16.

2. Darsht, O.E. (1999) *Pablik rileyshnz v muzee: tekhnika uspekha* [Public relations in museum: A technique of success]. In: Nikishin, N.A. (ed.) *Muзей i novye tekhnologii* [Museum and new technologies]. Moscow: Progress-Traditsiya. pp. 17–30.

3. National Museums Directors' Council. (n.d.) *Museums Matter*. [Online] Available from: https://www.nationalmuseums.org.uk/media/documents/publications/museums_matter/museums_matter_web.pdf. (Accessed: 29th July 2017).

4. *Anholt-GfK Nation Brands Index*. [Online] Available from: <http://nation-brands.gfk.com>. (Accessed: 31st July 2017).

5. National Museums Directors' Council. (2013) *Museums Matter*. [Online] Available from: https://www.nationalmuseums.org.uk/media/documents/what_we_do_documents/nmdc_museums_and_tourism_briefing_2013.pdf. (Accessed: 29th July 2017).
6. Akimova, T. & Zakharov, A. (ed.) (2011) *Velikie muzei mira. Britanskiy muzey* [Great museums of the world. The British Museum]. Moscow: Komsomol'skaya Pravda.
7. The British Museum. (2015) *National Partnerships 2015/16*. [Online] Available from: http://www.britishmuseum.org/pdf/National_Programmes_Review_2015_16_FINAL.pdf. (Accessed: 29th July 2017).
8. The British Museum. (2015) *The BURLINGTON MAGAZINE*. 1353(157). [Online] Available from: <http://www.burlington.org.uk/archive/editorial/neil-macgregor-and-the-british-museum>. (Accessed: 29th July 2017).
9. BBC.co.uk. (2009) *A History of the World in 100 Objects*. [Online] Available from: http://www.bbc.co.uk/pressoffice/pressreleases/stories/2009/11_november/25/history.shtml. (Accessed: 31st July 2017).
10. BBC.co.uk. (2014) *Memories of a Nation. BBC-Radio 4*. [Online] Available from: <http://www.bbc.co.uk/mediacentre/latestnews/2014/radio-4-british-museum-germany>. (Accessed: 3rd August 2017)
11. *The British Museum Annual Review Launch 2015*. [Online] Available from: <http://www.britishmuseum.org/aboutus/newsandpress/pressreleases/2015/annualreview2015.aspx>. (Accessed: 29th July 2017).