Оглавление

[Введение 3](#_Toc391867759)

[Глава 1. Теоретические основы использования музейных ресурсов в турах для школьников 6](#_Toc391867760)

[1.1. Понятие и классификация музеев и их роль в туристской деятельности 6](#_Toc391867761)

[1.1.1. Классификация музеев 6](#_Toc391867762)

[1.1.2. Роль музеев в туристской деятельности 18](#_Toc391867763)

[1.2. Специфика организации музейных туров и особенности их проведения 24](#_Toc391867764)

[Глава 2. Анализ ресурсной базы музеев Санкт-Петербурга и ее использование в образовательных целях 38](#_Toc391867765)

[2.1. Характеристика ресурсной базы музеев города 38](#_Toc391867766)

[2.2. Рынок познавательных музейных туров для детей в Санкт-Петербурга 52](#_Toc391867767)

[Глава 3. Разработка музейного тура для школьников 72](#_Toc391867768)

[3.1. Цели, задачи и программа тура 72](#_Toc391867769)

[3.2. Экономический анализ тура и его социальная эффективность 77](#_Toc391867770)

[Заключение 85](#_Toc391867771)

[Список литературы 88](#_Toc391867772)

[Приложение 93](#_Toc391867773)

Введение

Актуальность. Современное человечество вступило в такой этап развития цивилизации, в котором информация, знания играют определяющую роль во всех сферах деятельности людей. При этом информация становится в современном обществе важнейшим фактором экономического роста. Анализ информационной среды становится одной из актуальнейших задач в отрасли туризма этим и вызван интерес к данной теме.

Колоссальный интерес современных исследователей вызывают многие актуальные аспекты туризма, но еще в большей мере – его скрытые, потенциальные возможности. Туризм в целом обладает значительным рекреационным и познавательным потенциалом, и даже отдельные его подсистемы, такие, как туристский поход, таят в себе исключительно широкие возможности, которые до настоящего времени исследованы совершенно недостаточно.

Результат успешности в туризме сводится к разработке туристского продукта для отдельных категорий туристов, в частности школьников. Привлекательность территории при разработке турпродукта, одна из главных характеристик. Она представлена ее историко-культурным потенциалом, историческими памятниками, мемориальными местами, народными промыслами, музеями, т.е. сочетанием объектов материальной и духовной культуры. По сути, туристский продукт – это особая услуга, удовлетворяющая те или иные потребности туристов и подлежащая оплате с их стороны, при этом главным остается создание привлекательного образа.

Проблема исследования заключается в существующем противоречии между социально-культурным потенциалом, которым обладает туризм как средство приобщения потребителя к культурно-историческому наследию, и недостаточной реализацией данных возможностей в практической деятельности туристских фирм. Это означает что из-за большого потока желающих в туристский сезон, основные музеи не имеют возможности принимать всех посетителей, поэтому необходимо подключать дополнительные ресурсы: менее известные музеи.

Рост популярности познавательного туризма свидетельствует об определенной зрелости потребителя туристского рынка. Туризм, будучи элементом вне институциональной области деятельности, может занять значительное место в системе приобретения знаний и накопления жизненного опыта, которое по своему влиянию сравнимо с традиционными институциональными средствами обучения (а в ряде случаев даже более эффективно). Разнообразные формы туризма, гармонично сочетающие единство двух природ – естественной и искусственной – станут важной компонентой «оздоровления» и развития потенциала личности – именно это предположение и стало рабочей гипотезой данного исследования.

В связи с этим основной целью данной дипломной работы стало рассмотрение специфики организации школьных музейных туров и разработка нового тура для школьников.

Объектом исследования является музейный туризм, а предметом исследования является особенности разработки туристского продукта для школьников.

Следует выполнить следующие задачи:

* Дать понятие и классификация музеев и их роль в туристской деятельности
* Рассмотреть специфику организации музейных туров и особенности их проведения
* Дать характеристику ресурсной базы музеев города
* Сделать обзор рынка образовательных музейных туров для детей в Санкт-Петербурга
* Разработать музейный тур для школьников

Гипотеза организации культурно-познавательных туров для школьников имеет свои особенности и если правильно подойти к созданию экскурсионно-познавательных туров для школьников, то созданный продукт будет более востребован среди школьников и их родителей.

Методика исследования включает

- методы анализа литературы

- анкетирование и т.д.

- проектирование турпродукта

База исследования: Базой исследования послужили научные литературные источники и интернет источники следующих авторов: Зорина И.В., Квартальнова В.А., Волкова Л.А., Дейана А.

Практическая значимость работы заключается в том, что на основании изученной теории, а также опыта организации музейных туров был разработан новый тур для школьников, который с успехом может быть использован в работе отечественных операторов.

# Глава 1. Теоретические основы использования музейных ресурсов в турах для школьников

# 1.1. Понятие и классификация музеев и их роль в туристской деятельности

# Классификация музеев

Музей - учреждение, занимающееся собиранием, изучением, хранением и экспонированием предметов - памятников естественной истории, материальной и духовной культуры, а также просветительской и популяризаторской деятельностью.

Сначала это понятие обозначало коллекцию предметов (экспонатов) по искусству и науке, затем, с XVIII века, оно включает в себя также здание, где располагаются экспонаты.

С XIX века присоединилась научно-исследовательская работа, проводимая в музеях. А с шестидесятых годов XX века началась педагогическая деятельность музеев (специальные проекты для детей, подростков и взрослых).

Классификация музеев - это их группировка по признакам, существенным для организации и развития музейной сети и для осуществления музейной деятельности. Современное музееведение знает несколько систем классификации музеев[[[1]](#footnote-1)]:

* по масштабам деятельности(музеи центральные, региональные, местные);
* по форме собственности (государственные, ведомственные, общественные, частные);
* по административному и территориальному признаку (республиканские, краевые, областные, городские, районные и т.п.);

Кроме того, есть классификация по типам. Выделение типа происходит в зависимости от выполнения музеем своих социальных функций и их приоритета в его деятельности. В соответствии с этой классификацией музеи делят на исследовательские, учебные, просветительские. Исследовательские музеи (академические музеи) чаще всего создаются при научных учреждениях. Такой музей нуждается, прежде всего, в коллекциях, которые служат базой для организации научных исследований. Формирование фондов и их изучение – главное в его работе. Такой музей может вовсе не иметь экспозиционно-выставочных площадей, не организовывать экспозиций, не проводить выставок.

Учебные музеи нацелены на решение, прежде всего, образовательной функции. Как правило, они создаются при школах, вузах и др. учебных заведениях, иногда при ведомствах. Школьные, вузовские и др. музеи формируют коллекции, помогающие приобрести необходимые навыки в процессе образования, а также помогающие в реализации учебных программ и педагогических методик. Но учебные музеи достаточно часто относятся к музеям закрытого типа: их экспозиции доступны ограниченному числу посетителей[[[2]](#footnote-2)].

Просветительские музеи (массовые музеи) ориентированы на посетителя всех возрастов, социальных групп и т.д. Главное в его деятельности – организация работы с посетителем (через экспозиции, организацию доступа исследователям к коллекциям музея, проведение рекреационной работы и т.п.). Деятельность просветительского музея, как правило, связана с выполнением всего многообразия социальных функций современного музея. Именно эти музеи относятся к музеям в полной мере публичным (общедоступным).

Среди просветительских музеев есть ориентированные на специфическую аудиторию детские музеи. Они ориентированы на психологические и возрастные особенности детей. В коллекции таких музеев, наряду с редкими (уникальными) предметами, включают и те, с которыми ребенок сталкивается в повседневной жизни, это специально сконструированные модели с обучающими целями. Важное значение имеют экспонаты, которые можно потрогать, привести в движение, использовать в игре и т.п. Родина этих музеев - США. Первым детским музеем, появившимся в мировой музейной практике, принято считать Бруклинский музей. В Приморском крае пример действующего детского музея – Приморская краевая детская картинная галерея (филиал Приморской государственной картинной галереи)[[[3]](#footnote-3)].

Своеобразной советской интерпретацией идеи детского музея были существовавшие в 1918–1924 гг. пролетарские музеи. Они создавались в отдаленных от центра города районах Москвы. Это были художественные музеи, которые должны были стать «подготовительной школой», «музеями первой ступени», призванными привить интерес и бережное отношение к произведениям искусства представителям победившего в революции класса.

В 1960–1980-е гг. в связи с развитием сети музеев-ансамблей, музеев-заповедников создается классификация по признаку осуществления музеем своей научно-документационной функции. В соответствии с этой классификацией выделяют музеи коллекционного и ансамблевого типов. В основе музея коллекционного типа лежит коллекция предметов, соответствующая профилю музея (основные усилия направлены на ее формирование). Документирование такие музеи осуществляют посредством сохранения, комплектования, изучения фондов музея. Музеи ансамблевого типа осуществляют функцию документирования посредством сохранения недвижимых памятников, интерьеров, ландшафтов (основные усилия направлены на сохранение сложившейся природной и культурно-исторической среды).

Развитие музейной сети ведет к усложнению классификаций. Однако до сих пор основной классификацией остается классификация музеев по профилю.

Профиль музея – отношение музея к профильной дисциплине, комплексу наук, виду искусства, отрасли культуры или производства. Может также иметь территориальные, хронологические границы, в которых музей документирует социальные феномены. В пример можно привести Музей нового искусства относится к группе художественных музеев, но при этом ограничен в своей деятельности собиранием предметов только современного искусства, классическое искусство, прикладное – для него, непрофильное

Развитие науки, культуры и производства приводит к выделению новых профильных дисциплин, сфер культуры, новых отраслей, что соответственно отражается и на классификации по этому признаку – профильных групп становится все больше. Профильная классификация делит музеи на крупные группы, которые в свою очередь могут быть разделены на более узкие подгруппы. Впоследствии эти подгруппы могут преобразоваться в новую профильную группу музеев. При всех сложностях создания полноценной классификации по профилю можно выделить следующие группы музеев[[[4]](#footnote-4)]:

1. Исторические музеи:

а) общеисторические (вся история человечества);

б) национальной истории (история отдельных стран);

в) региональной истории (история отдельных регионов);

г) истории отдельных периодов или исторических событий, феноменов (историко-революционные, истории декабризма, истории религии или атеизма и т.п.);

д) узкоспециализированные (археологические, этнографические, нумизматические, военно-исторические и т.д.).

2. Музеи отдельных отраслей культуры (в узком смысле слова):

а) художественные музеи;

б) литературные музеи;

в) музыкальные музеи;

г) театральные музеи;

д) музеи физкультуры и спорта.

3. Педагогические музеи.

4. Естественнонаучные музеи.

5. Промышленные музеи:

а) музеи торговли, промышленности и ремесел;

б) музеи техники (музеи отдельных отраслей);

в) музеи отдельных предприятий.

6. Сельскохозяйственные музеи.

7. Комплексные.

Исторические музеи. Коллекции таких музеев документируют историю человечества с древнейших времен до сегодняшнего дня, могут включать материал по истории человечества в целом, ориентироваться только на национальную историю, могут быть и узкоспециализированными: археологическими, этнографическими, нумизматическими и т.п. На рубеже 1980–1990-х гг. в РСФСР насчитывалось около 300 исторических музеев и около 200 филиалов. До сих пор исторические музеи остаются одной из самых крупных профильных групп отечественных музеев. Военно-исторических музеев в РФ около 120; около 80 музеев-заповедников, 26 этнографических и свыше 15 историко-этногра­фических и архитектурно-этнографических музеев и т.д. Практически все профильные группы исторических музеев имеют международные объединения: Международная ассоциация музеев военной истории и оружия при UNESCO, Комитет ICOM по музеям археологии и истории; Международный совет по охране памятников и исторических мест, Организация городов Всемирного наследия и др.[[[5]](#footnote-5)].

Самый крупный представитель данной профильной группы в Российской Федерации – Государственный исторический музей (ГИМ, Москва). В его коллекции более 4 млн предметов, 44 тыс. архивных дел, 10 млн листов различных документов. ГИМ владеет коллекциями мирового уровня, внесенными в каталоги UNESCO: нумизматической, произведений изобразительного искусства, оружия, одежды и тканей. Имеет филиалы «Покровский Собор», «Новодевичий монастырь», «Церковь Троицы в Никитках», «Музей декабристов», «Крутицкое подворье» (музей русских ремесел).

Уникальные музеи исторического профиля относятся к подгруппе военно-исторических музеев – музеи исторического пространства.

Музеи под открытым небом, музеи-заповедники часто представляют собой смешанные историко-художественные музеи и в принципе должны быть отнесены к комплексным музеям.

Художественные музеи хранят коллекции, документирующие историю развития изобразительного искусства и призванные удовлетворять эстетические потребности человека. В Российской Федерации на начало 1990-х гг. насчитывалось более 350 музеев данной группы. Выделяют музеи изобразительных искусств (собрания без четкой национальной окраски), национального, зарубежного искусства; архитектурные музеи (музеи-памятники, музеи-дворцы, музеи-усадьбы и т.п.); музеи слепков (собрание точных воспроизведений предметов декоративно-прикладного искусства и скульптуры, возникли в XVI в. в Европе); музеи декоративно-прикладного искусства; художественно-про­мышленные музеи и выставки, музеи народного искусства, мемориальные музеи выдающихся художников (музеи-мастерские, музеи-квартиры, дома-музеи).

Наиболее крупные и известные из российских музеев этой профильной группы Эрмитаж, Русский музей (Санкт-Петербург), Музей изобразительных искусств им. А.С. Пушкина, Музей искусства народов Востока, Третьяковская галерея, Центральный музей древнерусского искусства им. А. Рублева (Москва) и др. Из проектов, направленных на популяризацию современных художественных тенденций, проходящих в Российской Федерации, наиболее интересны международные выставки-ярмарки «АРТ – МИФ», «Арт-Москва», «Арт-Манеж».

Литературные музеи – документируют историю литературы. Как и художественные, могут заниматься историей мировой литературы, какой-либо национальной литературы, творчеством отдельных направлений, течений, групп и писателей.

Музыкальные музеи – документируют историю музыкальной культуры. Профильная группа объединяет музеи музыкальной культуры и истории музыки (мировой и отдельных национальных музыкальных культур (классика и фольклор), иногда и отдельных музыкальных направлений, и школ), мемориальные музеи выдающихся музыкантов, композиторов и т.п. Деятельность таких музеев во всем мире координирует Комитет ICOM по музыкальным музеям и коллекциям музыкальных инструментов. Крупнейший из отечественных музеев в данной профильной группе – Центральный музей музыкальной культуры им. М.И. Глинки в Москве. В основном фонде музея более 771 тыс. единиц хранения, а также свыше 2 тыс. – в научно-вспомогательном. Музейные коллекции включают личные архивы композиторов, рукописи-автографы, декорации (а также макеты, проекты и т.п.) костюмов и спектаклей, музыкальные инструменты, фонотеку записей, нотные издания и т.д. Музей имеет 5 филиалов.

Достаточно сложно провести границу между музыкальными музеями, действующими при театрах, и театральными музеями (например, Музей Парижской консерватории, Музей Государственного академического Большого театра). Скорее, их следует относить к комплексным музеям, документирующим процессы в рамках нескольких профилей – театрально-музыкальным. Крупнейший из комплексных музеев этого типа – Музей театрального и музыкального искусства в Санкт-Пе­тербурге. Фонды музея насчитывают около 420 тыс. единиц хранения, из них более 350 тыс. – основной фонд. Музей имеет 4 филиала, из которых 3 – мемориальные (музеи-квартиры Н.А. Римского-Корсакова, Ф.И. Шаляпина, актерской династии Самойловых).

Театральные музеи – документируют историю театра и театрального искусства. Различают театральные музеи, посвященные истории театра и театрального искусства мирового, отдельной страны, отдельного течения, направления, школы, отдельного театра, и мемориальные музеи выдающихся театральных деятелей. На конец 1980-х гг. эта группа насчитывала в РСФСР более 60 музеев. Международный координационный центр деятельности театральных музеев – Ассоциация театральных музеев и библиотек, объединяющая более 30 национальных организаций стран Европы и Америки. В 1961 г. по ее инициативе был издан справочник «Театральные коллекции мира»[[[6]](#footnote-6)].

Крупнейший в мире и главной в своей профильной группе для музеев Российской Федерации – Центральный театральный музей им. А.А. Бахрушина. Основные фонды музея насчитывают более 1,2 млн единиц хранения, научно-вспомогательные – свыше 40 тыс. В музейном собрании выделяют рукописный отдел (письма, дневники, тексты ролей, записи репетиций, личные архивы актеров, драматургов, композиторов, режиссеров и т.д.); собрание декораций (эскизы декораций и костюмов, макеты, портреты театральных деятелей); архивный фонд (коллекции афиш и программ, плакатов и т.п., записи выступлений, постановок и др.); фотоотдел. Музей имеет 4 филиала (мемориальные музеи).

Свои музеи имеют многие известные театры: Большой драматический театр им. Г. А. Товстоногова в Санкт-Петербурге, Большой Театр Кукол и др.

Музеи физкультуры и спорта – документируют историю развития олимпийского движения, историю спорта, массового физкультурного движения. Музеи такой группы (одной из самых молодых) стали возникать в начале ХХ в. В Российской Федерации они появляются в 1980-е гг. В 1988 г. при Комитете по физкультуре и спорту СССР создается Центральный музей физической культуры и спорта. До 1994 г. шло комплектование коллекции, хотя уже в эти годы музей стал организовывать первые выставки. В настоящее время фонды насчитывают около 50 тыс. единиц хранения: грамоты, дипломы, знамена спортивных организаций, вымпелы, плакаты, афиши, кубки; фалеристическая коллекция (жетоны, медали, знаки и др. награды с начала ХХ в. и по настоящее время), образцы спортивной одежды и обуви, спортивного инвентаря (в том числе мемориальные вещи выдающихся спортсменов, тренеров), более 7 тыс. редких книг (XVIII – XX вв.).

Педагогические музеи – документируют историю и современное состояние народного образования, педагогической науки. К данной профильной группе относят и мемориальные музеи выдающихся педагогов. Первые в мире педагогические музеи возникли в России. В 1864 г. открылся Педагогический музей военно-учебных заведений при Главном управлении военно-учебных заведений в Петербурге. Этому педагогическому музею, как и его собратьям, недолго пришлось существовать. В 1918 г. он был преобразован в Центральный музей педагогики, а в 1920 г. – во Всероссийский педагогический музей. В 1924 г. его объединили с педагогическим и экскурсионным институтами и преобразовали в Государственный институт научной педагогики[[[7]](#footnote-7)].

Естественнонаучные музеи – документируют процессы, происходящие в природе, в том числе в ходе взаимодействия человека и общества с окружающей средой. Ранее в эту группу включали музеи техники, промышленные, сельскохозяйственные музеи, которые сейчас выделяют в отдельные профильные группы. Выделяют комплексные музеи, ведущие коллекционирование сразу по нескольким естественнонаучным направлениям; и музеи, имеющие коллекции в рамках отдельной дисциплины: ботанические, зоологические, палеонтологические, геологические, минералогические, почвоведческие, антропологические, медицинские и т.д.

К естественнонаучным музеям относят музеи-заповедники, музеи-аквариумы, музеи-террариумы, музеи-дендрарии, ботанические сады, зоопарки, памятники природы и т.п. К данной профильной группе относят и мемориальные музеи выдающихся ученых, музеи-лаборатории, музеи, посвященные выдающимся теориям и учениям (Дарвиновский музей в Москве, Музей-квартира К.А. Темирязева в Москве и т.д.).

Старейший естественнонаучный музей в России – Петербургская Кунсткамера, возникший в XVIII в.

Музеи техники - документируют историю развития техники и технологий. Могут быть многопрофильными (комплексными), как Политехнический музей в Москве; могут коллекционировать предметы, документирующие развитие конкретного вида техники, в эту же группу относят мемориальные музеи выдающихся естествоиспытателей, механиков (Мемориальный музей А.С. Попова при Государственном электротехническом институте в Петербурге) и т.п.

Крупнейшее отечественное собрание в данной профильной группе принадлежит Политехническому музею, основанному в 1872 г. Обществом любителей естествознания, антропологии и этнографии. Современное его собрание включает более 120 тыс. единиц хранения, более 150 фундаментальных коллекций, имеющих национальное и мировое значение: коллекции микроскопов, стальных пишущих перьев (8 тыс. единиц хранения); пишущих машинок (140 экземпляров); часов, автомобилей (в том числе единственный в мире экземпляр «Руссо-Балта» выпуска 1913 г.) и т.д.

Промышленные музеи - документируют историю развития и современное состояние отраслей производства (ремесленного, кустарного, мануфактурного и фабрично-заводского), отдельных предприятий. Формирование музеев данного профиля связано с идеями Французского просвещения и относится ко времени Великой Французской революции. Первый такой музей был открыт в Париже в 1793 г. – Консерватория искусств и ремесел. В России первый промышленный музей появился в 1744 г. – Музей Петербургского фарфорового завода. В 1811 г. открылся Мануфактурный музеум при департаменте мануфактур и торговли Министерства финансов. Идея промышленных музеев нашла свое воплощение и в организации промышленных выставок, первая из которых состоялась в Европе в 1798 г. в Париже.

За рубежом сложилась довольно крупная и динамично развивающаяся сеть музеев данной профильной группы. Большая часть таких музеев представляет развитие сельскохозяйственной техники, фермерского хозяйства. Но есть и музеи сельского быта (Музей сельского быта в Рединге (Великобритания), Шотландский сельскохозяйственный музей и др.), музеи под открытым небом, исторические фермы-музеи (Ферма-музей Черча в графстве Линкольншир (Великобритания), Ферма-музей Коггеса близ Оксфорда и др.).

Новое явление – экомузеи. Их обычно относят к профильной группе сельскохозяйственных музеев, хотя логичнее говорить о естественнонаучном, причем комплексном профиле данных музеев. Первые экомузеи создавались во Франции на базе региональных природных парков. Термин «экомузей» предложил в 1971 г. Ю. де Варин-Боан. Самый крупный экомузей действует в Канаде в провинции Квебек – экомузей От-Бос. Его площадь составляет около 30 тыс. га, на его территории расположено 25 населенных пунктов. К понятию «экомузей» в практике отечественного музееведения наиболее близки «музеи-заповедники»[[[8]](#footnote-8)].

Комплексные музеи – музеи, собрания которых документируют социально значимые феномены, относящиеся к разным профильным дисциплинам. В их коллекциях представлены источники всех видов по различным отраслям знания. Деятельность музея может быть представлена комплексом как гуманитарных и естественнонаучных (как в краеведческих музеях), так и только гуманитарных (историко-художес­твенные, литературно-художественные и др. музеи), или только естественнонаучных дисциплин (музеи науки и техники, политехнические музеи и т.п.). Собственно, комплексными музеями следует считать музеи-усадьбы, музеи-заповедники, музеи-дворцы, музеи под открытым небом, музеи исторического пространства.

Наиболее распространенный вид комплексного музея – краеведческий. Краеведческие музеи собирают коллекции по природе, экономике, истории, культуре и т.д. определенного административно-террито­риального региона, населенного пункта. Это самая массовая группа музеев в России. На начало 1992 г. их насчитывалось 513 (из них 338 – филиалы), что составляет 41,5% всей музейной сети страны. Краеведческие музеи не имеют аналогов в зарубежной музееведческой практике. Местные музеи в Европе и Америке документируют, как правило, один из аспектов жизни региона: культуру, быт, развитие экономики и хозяйственной деятельности, конкретный раздел истории. Обычно музеи истории города (в США, а также музеи истории штата) более похожи на российские краеведческие музеи.

К комплексным музеям стоит отнести и большую часть мемориальных музеев, так как хотя «сфера интересов» того лица, которому посвящен музей, и определяет приоритет определенных профильных изысканий, но музеи мемориальные, кроме того, документируют быт определенной эпохи, историю страны и отдельного региона. В этом смысле мемориальный музей чаще всего – комплексный, с преобладанием в его деятельности определенного профиля. Первые такие музеи появляются в XVIII в. в связи с желанием увековечить память Петра I - первым можно считать «Императорский кабинет» кунсткамеры. В СССР мемориальных музеев насчитывали около 450, из них в РСФСР на 1986 г. – 181 (19,8% от всей музейной сети республики): 87 – литературные, 55 – исторические, 15 – посвящены художникам и скульпторам, 13 – деятелям театра, 11 – ученым и естествоиспытателям[[[9]](#footnote-9)].

Данная классификация по профилю не является окончательной. Сам вопрос о выделении некоторых профильных групп (технических музеев из естественнонаучных, промышленных и сельскохозяйственных музеев) до сих пор остается дискуссионным, несмотря даже на организационное оформление определенных профильных групп, в том числе и на международном уровне. Классификации по профилю различны и в различных национальных традициях музееведения.

# Роль музеев в туристской деятельности

В современных условиях развития общества очевиден дефицит духовности. Туризм, в том числе культурный туризм, так это трактуется в нашей литературе, призван восполнить этот дефи­цит, и здесь несомненна роль музеев. Одним из путей духовного развития общества является куль­турный туризм.

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. Термин «культурный туризм» появился относительно недавно - в 80-е годы XX века, и берет свое начало от так назы­ваемого «туризма наследия», явления, которое в силу многих причин стало очень популярным во всем мире с 70-х годов XX века. С тех пор культурное наследие интерпретируется как историче­ское, военное, литературное, художественное и хотя термин «культурный туризм» включает в себя знакомство со всеми достопримечательностями, но в большей степени связан с художественным наследием, таким как :искусство и архитектура[[[10]](#footnote-10)]. В рамках культурного туризма совсем недавно появилось сначала ответвление, а сегодня уже самостоятельное направление - это музей­ный туризм.

Музейный туризм есть, специфическая деятельность музеев в сфере культурного туризма по производству и реализации различных туристских продуктов музейного характера: создание экспозиций, организация внутренних и внешних экскурсий, наличие музейных магазинов. Это направление в туризме возникло сравнительно недавно — в 1970-е годы на западе и в середине 1990-х годов в России, когда музеи были поставлены в ситуацию предельного самоопределения, поиска новых путей развития и новых внебюджетных источников привлечения средств, в том чис­ле участия в туристской деятельности[[[11]](#footnote-11)]. Актуальность возрождения интереса к посещению музеев у туристов заключается в изменении их внешнего облика и внутреннего пространства, который притягивает к себе посетителя.

Сегодня музей находится в условиях рыночной конкуренции, а музейный продукт в сфере экономики услуг. Вырабатывается новый подход к пониманию сущности музея и его общественного предназначения. Во главу угла поставлен не музейный предмет с его свойствами и функция­ми, а вовлеченный в сферу деятельности музея человек. Примером такого музея является построенный по проекту Ренцо Пьяно крупнейший музей Нидерландов - НЕМО[[[12]](#footnote-12)]. Этот музей рас­сказывает посетителям, как устроен и функционирует окружающий мир. В музее много экспонатов, сделанных из подручных материалов. С их помощью остроумно и иронично объясняется, как в этом мире все устроено и почему «оно» работает. Экспонаты оживают, только когда их трогают, крутят, вертят, то есть, когда с ними играют. Здесь действует строгое правило, записанное во все программные документы музея: «Трогать руками обязательно!» Это не совсем музей. Это познавательный центр, где дети могут сами ставить эксперименты и увидеть не только результат, но и сам процесс. Посетитель становится участником или руководителем процесса. Он не любуется каким-то готовым и совершенным во всех отношениях продуктом цивилизации, как во многих других музеях, а моделирует природные явления и технологические процессы. Взрослые: родители, дедушки-бабушки, учителя играют в простые игры, предлагаемые музеем, с таким же азартом и увлечением, как и дети[[[13]](#footnote-13)].

Создание интерактивных экспозиций способствует преодолению пассивно-созерцательных форм восприятия музейной информации и появлению такого направления как детский музей, где дети через общение со сказочными персонажами с помощью игровых форм познают окружающий мир[[[14]](#footnote-14)]. Примером музея такого типа являются: Музей Муми - Троллей в Тампере, Музей игрушек в Праге, Юнибакен - детский музей в Швеции. Такая разновидность музеев вызывает огромный интерес у родителей и детей, привлекает туристов из разных стран.

Последние 10-15 лет во всем мире наблюдается истинный «бум» в области музейного строительства. Именно сегодня во множестве городов рассматриваются проекты радикального расширения и перестройки существующих музеев, создаются новые музеи, хранящие и репрезентирую­щие искусство — от древнего до ультрасовременного, с целью привлечения туристов. В развитие музеев, в том числе в музейное строительство, вкладываются огромные деньги. Это, казалось бы, консервативное и спокойное учреждение с ошеломляющей скоростью, подобно крупной совре­менной корпорации, встраивается в современные глобализационные процессы, принимает немыслимое прежде число посетителей[[[15]](#footnote-15)]. Среди множества возведенных в последние годы художе­ственных музеев в первую очередь обращают внимания на себя здания, претендующие на роль духовного центра в культурном пространстве. Как правило, эти хранящие художественные ценности сооружения являются броскими, подчас агрессивными по своему характеру, блистающими исключительной смелостью и оригинальностью. Они претендуют как на статус градостроительной доминанты, так и на символическую маркировку территории, являющуюся центром современной культуры, местом, где рождается новое искусство. Таким, к примеру, является Музей искусств Милуоки, построенный по проекту Сантьяго Калатравы в 2001 году[[[16]](#footnote-16)]. Главной изюминкой белоснежного здания является «Солнечный бриз» - своеобразные «крылья», которые раскрываются в солнечную погоду и складываются в пасмурную, или просто ночью[[[17]](#footnote-17)]. Сегодня масштабные арт- проекты способны возрождать утраченный интерес к тем дестинациям, которые находятся на стадии упадка или же они могут быть тем инструментом, который может помочь вывести экономику на новый уровень, в тех городах, где наблюдается экономический кризис. Примером может по­служить филиал центра Помпиду в Меце, открытый в 2010 году. Здание нового центра спроектировано японским архитектором Сигэру Бан и французским архитектором Жаном де Гастином[[[18]](#footnote-18)]. Внешний облик музея сравнивают с гигантским грибом, цирком-шапито или волшебным фонарем, освещающим город ночью[[[19]](#footnote-19)]. Такой необычный облик музея вызвал истинный восторг у жителей города и привлек огромное внимание у туристов. Воплощение этого арт-проекта стало новым этапом в развитии города. Таким образом, можно сделать вывод, что современные архитектурные решения в музейном строительстве, привлекают туристов из разных уголков планеты, необычность архитектурных форм вызывает интерес у потребителя и мотивирует увидеть и посетить музей в реальности.

Сегодня посетить музей туристов мотивирует еще одно новаторское изобретении - это использование концепции Воображаемого музея. Воображаемый музей делает проницаемыми прежние границы, определявшие бытование искусства в культурном пространстве, коренным образом преображая роль и значение визуального фактора в культуре. Концептуальная идея здесь связана с тем, что современный музей представляет собой открытое для всех учреждение, отказывающееся от прежней элитарности. Ультрасовременные технологические возможности, позволяющие создавать огромные плоскости остекления, служат декларацией идеи демократичности музея, создают иллюзию связи мира искусства и повседневности. Здания, стены которых как бы растворяются, перестают служить границей пространств, строятся для музеев, репрезентирующих как классиче­ское искусство, так и современное.

В Санкт-Петербурге с 26 мая 2014 будет проходить мультимедийная выставка «Ван Гог».

Новейшая технология SENSORY4TM позволит рассмотреть произведения великого мастера в мельчайших деталях и в самых неожиданных ракурсах. SENSORY4TM – это уникальная система, которая включает в себя сорок кинопроекторов высокого разрешения, многоканальную мультипликационную графику и качественную систему объемного звука. В результате мы получаем одно из самых впечатляющих мульти-экранных шоу в мире.

Творения Ван Гога оживут прямо на глазах у зрителя – 3000 динамических изображений, связанных с жизнью и творчеством художника, будут проецироваться на огромные экраны, расположенные по всему периметру павильона. Идея выставки заключается в том, чтобы дать зрителю возможность самостоятельно прочувствовать творческий путь Ван Гога. Музыкальное сопровождение деликатно аккомпанирует различным периодам жизни и творчества художника, отражая его эмоциональное состояние.

Несмотря на то, что Ван Гог активно рисовал всего 10 лет, трудолюбивый и требовательный к себе художник создал более 2000 произведений искусства, включая 930 картин, 1100 рисунков и эскизов. Из них лишь одна – «Красные виноградники в Арле» – была продана при жизни автора.

На выставке представлены проекции самых известных произведений великого художника, включая самые знаменитые: «Звездная ночь», «Пшеничное поле с воронами», «Ваза с 12 подсолнухами», «Ночная терраса кафе» и др.

В современных музейных проектах особую роль играют решения внутреннего пространства. Они предполагают окончательное разрушение былой структуры музейной организации, в основе которой лежала четкая экспозиционная логика, определявшая движение посетителя, создававшая необходимые барьеры между посетителем и экспонатом. В современных музейных зданиях решающую роль приобретает пространственное разнообразие помещений, прозрачные перего­родки, богатство эффектов освещения и цветовой гаммы, создающих непредсказуемые художественные аберрации. Истинных шедевров на все музеи мира не хватает, поэтому музейная архитектура чувствует свою обязанность поражать посетителей. Для успешного выживания музей должен выглядеть модно и вызывающе, чтобы издали было видно, насколько он престижен[[[20]](#footnote-20)].

Таким образом, можно сделать вывод, что современных туристов привлекает и притягивает к себе необычная форма здания музей. Архитектурные решения, используемые в строительстве музеев поражают посетителей новизной облика здания и дизайном. Новаторские решения и необычные проекты создания музеев могут служить способом возрождения культурной жизни города. Строительство современных музеев может стать в дальнейшем визитной карточкой города. Сегодня музей существует как культурная площадка, многофункциональное пространство, пред­назначенное для встреч, концертов. Строительство современных музеев может стать в дальнейшем визитной карточкой города.

# Специфика организации музейных туров и особенности их проведения

Личностные особенности потребителей стали выделяться в качестве предмета исследования уже более 50 лет назад.

Подростки составляют важный сегмент рынка, так как они располагают значительной индивидуальной покупательской способностью и оказывают большое влияние на членов семьи в решениях относительно совершаемых покупок и мест проведения отпуска, особенно в семьях с большим достатком. Подростки могут являться и самостоятельными туристами. Особым фактором, способствующим путешествиям молодых людей, является наличие у них собственных транспортных средств.

Организация перевозки детей согласно методическим рекомендациям по обеспечению санитарно-эпидемиологического благополучия и безопасности перевозок, организованных групп детей автомобильным транспортом:

1. Перевозка детей запрещается:

- в тёмное время суток;

- в период с 23.00 до 07.00 часов независимо от продолжительности светового дня;

- в условиях недостаточной видимости;

- в гололедицу и других сложных дорожных условиях, влияющих на безопасность перевозки;

- при температуре окружающего воздуха ниже - 28оС;

- при официальном объявлении уполномоченными органами "штормового предупреждения".

В тёмное время суток, а также в период с 23.00 до 07.00 часов в порядке исключения допускается разовые перевозка детей одиночными автобусами к железнодорожным вокзалам и аэропортам и от них.

2. В обязательном сопровождении автомобилем органов ГИБДД осуществляются массовые перевозки детей.

3. Количество перевозимых в каждом автобусе детей вместе с сопровождающими не должно превышать числа оборудованных для сидения мест. Перевозка детей на дополнительных откидных сидениях либо в кабине водителя маломестного автобуса не допускается.

4. Скорость движения выбирается водителем автобуса, а при массовой перевозке детей и разовых перевозок в темное время суток - водителем патрульного автомобиля ГИБДД, в зависимости от дорожных, метеорологических и других условий, но при этом скорость не должна превышать 60 км/ч.

5. Окна транспортного средства должны быть закрыты. Для вентиляции пассажирского помещения допускается открывать только форточки, установленные в верхней части правых боковых окон, и потолочные вентиляционные люки.

6. С органами ГИБДД согласуются следующие виды перевозок детей:

массовые;

регулярные;

разовые междугородные (межмуниципальные), международные;

разовые городские и пригородные (до 50 километров) по маршрутам, где нет регулярного пассажирского сообщения;

разовые в темное время суток.

Не требуют согласования с ГИБДД разовые городские и пригородные (до 50 километров) перевозки детей по маршрутам, где организовано регулярное пассажирское сообщение, осуществляющиеся в соответствии с требованиями настоящего Положения.

При согласовании регулярных перевозок детей владелец транспортного средства представляет его в ГИБДД в целях проверки пригодности к таким перевозкам. При массовых, разовых междугородных (межмуниципальных) перевозках, разовых в темное время суток транспорт представляется на дополнительный технический осмотр в ГИБДД перед каждой поездкой.

7. Лица, ответственные за организацию перевозки детей на обучение, отдых, лечение, проведение спортивных, оздоровительных, туристско-экскурсионных, культурно- просветительных и иных мероприятий, соблюдать требования настоящего Положения, относящиеся как к перевозке детей, так и к заказчику, в случае перевозки детей собственным транспортом, транспортом, принадлежащим организациям или индивидуальным предпринимателям.

8. Перевозка детей дошкольного возраста автомобильным транспортом при нахождении в пути более 4-х часов не рекомендуется[[21]](#footnote-21).

В современных условиях музей как социокультурный институт строит свою деятельность преимущественно на основе экскурсий, поскольку именно экскурсия является одной из тех традиционных форм, с которой начиналась становление культурно-образовательной деятельности музея. Основная функция музеев заключается в собирании, хранении и пополнении коллекций ценными историческими материалами и памятниками. Следовательно, задача музея – привлечение посетителей, что возможно только посредством проведения качественных организационных мероприятий. Основная форма его работы – подготовка и проведение экскурсий.

Известный ученый Б.А. Столяров определяет экскурсию как форму образовательной (просветительской) деятельности, содержанием которой является комплексное (визуальное, вербальное, эмоциональное) восприятие предлагаемых экскурсионным маршрутом визуальных объектов с целью приобретения знаний и впечатлений[[[22]](#footnote-22)].

Формирование музейной экскурсии и выделение ее в основную форму работы с аудиторией было достаточно сложным и длительным процессом. В научный оборот понятие «экскурсия» вошло в XIX в. и закрепилось в образовательной среде преимущественно в связи с реализацией принципа наглядности в обучении. Экскурсия как форма учебно-воспитательного процесса была закреплена еще в «Школьном уставе», принятом в России в 1804 г., в котором указывалось на необходимость прогулок на природу, в ремесленные мастерские и т. п., и с тех пор она активно использовалась в отечественной школе как одна из самых демократичных форм обучения, помогающих обретению новых знаний и впечатлений[[[23]](#footnote-23)].

Музейная экскурсия всегда привязана к специально организованному пространству – к музейным помещениям и территории. В ней сочетается показ предметов с рассказом о них. Зрительные впечатления формируются за счет возможности осмотреть предмет с разных точек зрения, с различных расстояний, в процессе перемещения по музейному помещению. Рассказ экскурсовода включает увиденные предметы в более широкий информационный контекст, передаваемый вербально. В свою очередь, вербальная информация усиливается за счет формирования особого предметного образа тех феноменов, которым посвящена экскурсия[[[24]](#footnote-24)].

Усилению воздействия материалов экспозиции способствует и коллективный характер экскурсии, порождающий общность переживаний, дающий возможность обменяться мнениями об увиденном и услышанном. Экскурсии все чаще рассматривают как особый вид коммуникации, предмет которого – ценности истории, культуры, природы, имеющие значимость для всех участников экскурсии – экскурсантов и экскурсовода.

Экскурсия, как и другие формы культурно-просветительной работы (лекция, тематический вечер, устный журнал, читательская конференция), имеет свои особенности в организации и методике проведения. Ее признаки говорят о сходстве с другими формами или же подчеркивают ее коренное отличие от них. Основными признаками являются следующие[[[25]](#footnote-25)]:

а) Протяженность по времени проведения (в зависимости от вида экскурсии).

б) Наличие экскурсантов.

в) Наличие экскурсовода, проводящего экскурсию.

г) Наглядность, зрительное восприятие.

д) Передвижение участников экскурсии по заранее составленному маршруту.

е) Целенаправленность показа объектов, наличие определенной темы.

ж) Активная деятельность участников (наблюдение, изучение, исследование объектов).

Отсутствие хотя бы одного лишает права называть проводимое мероприятие экскурсией. Помимо этих общих у каждого вида экскурсий есть свои специфические признаки[[[26]](#footnote-26)]:

* у автобусных - обязательный выход из автобуса для осмотра памятников;
* у музейных - знакомство с материалами, расположенными на стендах;
* у производственных - демонстрация действующих объектов (станков, агрегатов, механизмов).

Значение признаков экскурсии состоит в том, что их правильное понимание не позволяет ошибочно толковать сущность экскурсии.

При разработке и проведении музейной экскурсии необходимо учитывать следующие исторически сложившиеся принципы:

* Комплексность – включение всех типов восприятия;
* Программность. Данный принцип обеспечивает усвоение информации и приобретение умений и навыков на основе специально разработанных программ.
* Научность. Важным качеством экскурсии как формы воспитания и обучения является ее научный характер. Задача экскурсии - способствовать распространению научных знаний.
* Принцип идейности. То есть четкий план действий для достижения поставленной цели. Идейность необходимо рассматривать как сознательную приверженность к определенной системе идей. Принципы идейности означают объективный подход к содержанию фактического материала при подготовке экскурсии и убежденность экскурсовода, излагающего этот материал экскурсантам. Каждая экскурсия должна быть подготовлена с учетом этого требования, чтобы в соответствии с ним были составлены документы для экскурсии - тексты и методическая разработка.
* Правдивость.
* Связь теории с практикой.

Не менее важно, чтобы экскурсовод строил свой рассказ на научной теории, последовательно проявляя свою личную идейную убежденность.

Таким образом, музейная экскурсия – форма культурно-образовательной деятельности музея, основанная на коллективном осмотре музея под руководством специалиста по заранее намеченной теме и специальному маршруту. Особенностью музейной экскурсии является сочетание показа и рассказа при главенствующей роли зрительного восприятия, которое дополняется впечатлениями и моторного характера: осмотр с разных точек зрения, на различном расстоянии.

Вопрос о классификации экскурсий всегда находился в центре внимания экскурсионных работников и ученых экскурсионистов. Первые попытки решения этой проблемы относятся к концу 20-х годов. Ученый экскурсионист В. А. Герд говорил о своем варианте классификации форм экскурсионной работы, что основной целью будет разделение экскурсий на группы и подгруппы и выделение тех основных черт, которые определяют характер ведения экскурсий, т. е. помогают руководителю ориентироваться во всех вопросах ее разработки. Классификация экскурсий - это распределение экскурсий по однородным группам в соответствии с присущими этим группам параметрами.

Каждая классификационная группа имеет присущие ей компоненты, специфику и особенности. В настоящее время музейные экскурсии разделяют[[[27]](#footnote-27)]:

а) по содержанию (обзорные (многоплановые) и тематические);

б) по составу и количеству участников подразделяются на индивидуальные и групповые. Особенности восприятия экскурсионного материала каждой из указанных групп требуют внесения изменений в содержание мероприятий, методику и технику их проведения, а также в их продолжительность. По составу участников различают экскурсии, рассчитанные на следующие категории: детей и школьников; взрослых (студентов, учащуюся молодежь и т. д. ); городских жителей; сельских жителей; местное население; приезжих туристов; индивидуалов.

в) по продолжительности. Продолжительность экскурсии составляет от 1 акад. часа (45 мин);

г) по месту проведения и объектам показа различают:

* по экспозиции, по временным выставкам, фондовая экскурсия (по открытому хранению или в фонды музея на закрытом хранении, экскурсия по музейной территории;
* комплексная экскурсия: объединяет единой темой показ музейной экспозиции и памятников (внемузейных музеефицированных и немузеефицированных объектов);

д) по форме проведения различают:

* экскурсия-лекция,
* экскурсия-концерт посвящается музыкальной теме с прослушиванием музыкальных произведений,
* экскурсия-спектакль - это форма проведения литературно-художественной экскурсии, подготовленной на основе конкретных произведений художественной литературы и др.,
* обзорная экскурсия,
* экскурсия-консультация, которая дает наглядные ответы на вопросы экскурсантов, служит одним из видов повышения квалификации,
* экскурсия-урок представляет собой форму сообщения знаний в соответствии с учебной программой того или иного учебного заведения,
* учебная экскурсия (для специальной аудитории) является формой обучения и повышения квалификации экскурсионных работников,
* показательная экскурсия - это форма учебной экскурсии, ставящая целью показать образец того или иного методологического приема на конкретном объекте, раскрыть определенную подтему и т. д.,
* рекламная экскурсия,
* экскурсия-демонстрация.

Возможны и иные классификации экскурсий. Во многих городах России, на протяжении многих лет успешно внедряется идея «музейных ночей» (ил как она называется «Ночь музеев») – ночных экскурсий по экспозициям музеев. Это ежегодная акция, посвященная Международному дню музеев. Почти 2000 музеев открывают свои двери на всю ночь один раз в год.

Таким образом, деление экскурсий на четко определенные группы на практике носит несколько условный характер, однако имеет большое значение для деятельности экскурсионных учреждений. Правильная классификация экскурсий обеспечивает условия для лучшей организации работы экскурсовода с клиентами, облегчает специализацию. Использование закономерностей проведения экскурсий для конкретной группы способствует тому, чтобы каждая экскурсия готовилась и была эффективной. При разработке новых тем экскурсий с большей полнотой и целенаправленностью используются достижения отдельных отраслей знаний. Каждая рассмотренная группа имеет присущие ей компоненты, специфику и особенности. Группы делятся на подгруппы. Классификация способствует выделению основных черт экскурсий, определяющих характер их разработки, составления и проведения.

Успех проведения экскурсии находится в прямой зависимости от использованных в ней методических приемов показа и рассказа. На этом этапе работа творческой группы состоит из нескольких частей:

* отбор наиболее эффективных методических приемов для освещения подтем, в зависимости от экскурсионной группы (взрослые, дети), времени проведения экскурсии (зима, лето, день, вечер), особенностей показа;
* определение приемов сохранения внимания и активизации процесса восприятия экскурсионного материала;
* выработка рекомендаций по использованию выразительных средств в речи экскурсовода;
* отбор правил техники ведения экскурсии.

Важным моментом подготовки и проведения музейной экскурсии является отбор объектов, так как обилие памятников в залах музеев не позволяет останавливаться на их полной характеристике. При отборе экспонатов руководствуются темой и целью экскурсии. Отбираются только те экспонаты, которые отличаются предельной выразительностью и значимостью: уникальные памятники; памятники, не обладающие внешней выразительностью, на необходимые для характеристики важнейших сторон исторического процесса; памятники, отражающие реставрационную, собирательскую и научно-исследовательскую работу музея. В тематической экскурсии осматриваются 2-3, реже 4 зала и в каждом из них 40-50 памятников, в обзорной – 10-12 залов, но только 5-10 памятников[[[28]](#footnote-28)].

В обзорной экскурсии, где освещаются отдельные, наиболее характерные моменты исторического развития, показ памятника или изложение одного вопроса не всегда связаны с предыдущим и последующим моментами экскурсии. В данном случае последовательность показа памятников в обзоре определяется удобством переходов. Фрагментарный показ памятников обусловливает и свойственную обзору форму изложения материала – тезисную. Здесь невозможно дать последовательное повествование.

В тематических музейных экскурсиях показ памятников зависит от темы, последовательности и очередности подтем. Нарушение последовательности ведет к нарушению смысла экскурсии, поэтому в маршруте иногда допускаются так называемые «петли». В тематических экскурсиях необходимы переходы хронологические и тематические, связывающие содержание залов, разделов и отдельных памятников. Маршрут в музее не имеет длительных пауз. Насыщенность экспозиции материалом на «компактном» маршруте – одна из отличительных черт экскурсии в музее.

При анализе памятников в музейных экскурсиях чаще всего прибегают к приему сравнения, реконструкции, если необходимо воссоздать памятник по какой-либо сохранившейся его части, представленной в экспозиции, или картину жизни при показе интерьера. В рассказе в основном используется прием описания или характеристики объекта, цитирование подлинных документов или их копий. Успешное проведение экскурсии во многом зависит от умения экскурсовода подать материал, заинтересовать посетителя темой. Экскурсия должна быть «адресной», т.е. учитывать особенности именно данной группы посетителей. Экскурсоводу важно установить контакт с аудиторией, расположить к себе людей.

Экскурсия состоит из трех основных частей: вступительная беседа, основная часть, заключительная беседа. В подготовке экскурсии участвует широкий круг работников музея: экскурсоводы, методисты, научные сотрудники (такой перечень участников скорее характеризует работу крупного музея с большим штатом). Некоторые музеи, обычно небольшие по размеру и штатам, могут не иметь специальных должностей экскурсоводов, эту роль могут выполнять научные сотрудники.

Работа по подготовке и проведению экскурсии начинается с формулировки темы, определения целей и задач, составления библиографии (источников и исследований), работы с литературой. Далее ведется работа с экспозицией: отбираются объекты показа, разрабатывается маршрут экскурсии, определяются ее структурные части, изучаются сведения о предметах на основе фондовой документации, вырабатываются оптимальные методы представления экспонатов, логические связи между объектами и возможности перехода в процессе экскурсии от одного экспоната к другому.

Работа с детской и взрослой аудиторией предполагает разные методы построения повествовательного рассказа. Детям можно давать информацию, делая акцент на ее познавательности и новизне. Для них привычно и естественно, что взрослый человек знает больше, может рассказать что-то новое и интересное. Можно и задавать вопросы, и устраивать викторины, состязания в знаниях. Совершенно неприемлемо такое построение рассказа экскурсовода для взрослой аудитории. Наиболее емко приемы работы с взрослой аудиторией описал К. Хадсон, обозначив их как «подход Анже» (по названию Музея Давида д'Анже). Он рекомендовал исходить из трех положений: «во-первых, посетитель пришел, потому что ему хочется, потому что он искренне заинтересован; во-вторых, он не ждет для себя от музея проблем и трудностей, в-третьих, входя, посетитель ничего не знает о теме, которой посвящен музей, и рассчитывает за время осмотра получить в обмен на стоимость билета нечто весомое. Он считает, что он не хуже других, и музей не должен разубеждать его в этом».

Потому вопросы, обращенные ко взрослой аудитории, рекомендуется задавать в косвенной форме: «Как Вы, наверное, помните…», «Вы, конечно, знаете…» и т.п. Это позволяет посетителю получать знания, не испытывая дискомфорта от собственного невежества, дает возможность создать впечатление доверительной беседы, где собеседники равны и друг другу интересны. Важную роль играет эмоциональный настрой экскурсовода. Начинающим экскурсоводам иногда советуют «переволноваться», т.е. проявить излишнюю эмоциональность, чем не продемонстрировать никаких чувств.

В заключительной части экскурсии важно предусмотреть часть, состоящую из ответов на вопросы. Экскурсовод должен проявить интерес к тому, какое впечатление произвел его рассказ на экскурсантов, что нового они узнали и т.д. Если вопросы «иссякли», не следует просто оставлять группу. Положительные впечатления закрепляются самостоятельным осмотром, что и следует предложить. Если экскурсия была тематической (не по всей экспозиции), то следует предложить осмотреть музей или посетить его в составе других экскурсий.

Экскурсовод вполне может «рекомендовать» какие-то музейные мероприятия, сообщить о дате их проведения, вручить листки с аннотациями и памятками о таких мероприятиях. Можно еще раз «напомнить» о рекреационных зонах: магазинах, киосках и т.п. Приобретенные там буклеты, сувениры и т.п. закрепят память о посещении музея. Главное делать это именно в виде «рекомендации доброму знакомому», не навязывая свои услуги и предложения, как обязательные к исполнению. Посетитель должен унести из музея положительные эмоции и желание еще раз вернуться.

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать следующие выводы:

* методика проведения экскурсий в широком смысле представляет собой систему задач и требований, способов и приемов показа и рассказа в ходе изучения тем экскурсий, самых различных по своим целям;
* методика проведения конкретной экскурсии является программой действия экскурсовода по демонстрации объектов, организации их наблюдения экскурсантами, использования определенных методических приемов показа и рассказа.

Таким образом, экскурсия – это результат двух важнейших процессов: ее подготовки и проведения. Они связаны между собой, взаимообусловлены. Даже при продуманной подготовке невозможно обеспечить высокое качество экскурсии, если неграмотно ее провести. Методика проведения экскурсий направлена на то, чтобы помочь экскурсантам легче усвоить содержание экскурсии, и делится на две части: методику показа и методику рассказа. Экскурсии могут проводиться в помещении музея, а также за его пределами. Практикуются также комплексные экскурсии, которые объединяют единой темой показ музейной экспозиции и памятников, находящихся в естественных условиях. В музее приоритетно зрительное восприятие, поэтому экскурсия не должна превращаться в лекцию, а экскурсоводу следует уметь правильно соотносить показ и рассказ.

Глава 2. Анализ ресурсной базы музеев Санкт-Петербурга и ее использование в образовательных целях

# 2.1. Характеристика ресурсной базы музеев города

Рассмотрим сперва музейный ресурсный потенциал городов России. Эксперты, исследующие количественные и качественные параметры раз­вития туризма, разбили карту России на туристские регионы, для каждого из которых выделили приоритетные типы и направления туризма.

С помо­щью специальных методик и шкал оценены основные параметры региона, характеризующие его туристскую привлекательность, а также факторы, влияющие на уровень сложности посещения туристами: климатическую и экологическую ситуацию, развитие гостиничного бизнеса и состояние инфраструктуры, территориальный фактор (площадь территории, доступ­ность для массового туриста), наличие объектов культурно-исторического значения, рекреационных комплексов. в результате интегрирования всех параметров получен туристский потенциал района — условная вели­чина, иллюстрирующая, в какой степени, при условии вложения необхо­димых инвестиций, он может быть востребован туристами с учетом их комплексных потребностей в туристских продуктах различного типа. в современной России к крупнейшим туристским дестинациям (тер­риториям, предлагающим определенный набор услуг, которые отвечают потребностям туриста, удовлетворяющим его спрос на перевозку, разме­щение, питание, развлечения и др.), обладающим большим рекреационным потенциалом, относятся: Центральная Россия, Северо-Запад и Север евро­пейской части России, северный Кавказ, Поволжье и Урал, Сибирь и Даль­ний восток. все они характеризуются неравномерным развитием транс­портной инфраструктуры, разным уровнем развития туристской и гостини чной индустрии и, как следствие, разным положением в туризме.

Усреднен­ный показатель туристского потенциала России весьма высок — 55,8%. Это значит, что более половины ландшафтно-географических и климатических ресурсов страны могут быть использованы для развития самых различных туристских направлений.

Наиболее привлекательной для массового туризма в ближайшие 3-5 лет, при прочих равных условиях, по-прежнему, останется Южная курортная область (79,2%), инвестиции в которую оцениваются в объеме, не меньшем 2,5 млрд. долларов. Высоким потенциалом обладают Цен­тральная (73,5%) — Подмосковье, старинные города Золотого кольца, Северная (71,9%) — Валаам, Кижи, Соловецкие острова, поморские горо­да, поселки Архангельской области и Поволжская (60,7%) Самара, Саратов (театральный туризм), Волга, Кама, территории, Урал — 56% (Свердлов­ская, Челябинская области, Башкортастан); Западно-Сибирская область (естественнонаучные музеи) — 50,6%; Черноземье — 45,3%; Воронеж, Бел­город; Северо-Западный — 44%; Новгород, Псков, Ладога, Ильмень, Онега; Восточно-Сибирская область — 40, 3%; Енисей, Ангара, заповедные зоны, естественнонаучные музеи; дальневосточная область — 36,9%.

Дальний Восток и Сибирь в туристском отношении освоены недоста­точно. Их историко-культурные туристские ресурсы в значительной сте­пени уступают Европейскому региону. Для Сибирско-Дальневосточного региона характерна неразвитость транспортной и гостиничной инфра­структур, слабое освоение таких крупных рекреационных зон, как Обско- Алтайская, Енисейская, Прибайкальская и Дальневосточная. Поэтому столь актуальной была самая крупная в конце XX - начале XXI вв. музей­ная программа «Эрмитаж в Сибири», включающая выставки, лекционные циклы, музыкальные фестивали, концерты, симпозиумы, конференции, ориентированные на долгосрочное сотрудничество с ведущими учреж­дениями культуры, музеями Сибирского федерального округа. Основные акции проекта прошли в крупнейших центрах Сибири: Абакане, Иркутске, Кемерово, Красноярске, Новосибирске, Улан-Удэ. Проект учитывал разные слои населения, различные возрастные группы.

В ряде регионов России в начале XXI в. были приняты целевые програм­мы по развитию сферы туризма и гостеприимства (программа «Развитие сферы туризма и рекреации ленинградской области», программы, разрабо­танные в Ивановской, Тверской, Владимирской областях; «Программа раз­вития Санкт-Петербурга как туристского центра на 2005-2010 гг.» и др.). Барьером к полной реализации этих программ являются финансовые труд­ности, несовершенство нормативно-правовой базы развития малого и среднего предпринимательства в сфере туризма. Проблемы, стоящие перед региональным туризмом, становятся предметом обсуждения на страницах профессиональных изданий, на конференциях («Власть и туризм», Иваново, 2000 г., «Круглые столы по проблемам «культурного туризма» в Государ­ственном Эрмитаже, журналы «Музей», «Мир экскурсий» и др.).

Северо-запад и Север европейской части России, занимающий вто­рое место по размерам туристского спроса после Центральной России — регион, обладающий огромными туристскими ресурсами для развития музейного туризма, как внутреннего, так и въездного. Места сосредото­чения памятников истории и архитектуры, древнерусского церковного зодчества, уникальных природных объектов создают большие возможно­сти для организации туристских маршрутов в Петербург и Ленобласть, на Карельский перешеек, в Новгород, Псков, Печоры, Пушкинские горы, Калининградское взморье, туристское «Серебряное кольцо», Соловецкие острова. в 2001 г. Правительство России утвердило федеральную про­грамму «Сохранение и развитие архитектуры исторических городов», составной частью которой являются подпрограмма «возрождение малых городов». Программа рассчитана на 2002-2010 гг. в подпрограмме «воз­рождение малых городов России» приводится перечень основных городов Северо-Западного региона, на развитие которых выделено 573 млн руб. Это города: Санкт-Петербург (города-спутники, подчиненные правительству Петербургу и формирующие, так называемый Большой Петербург: Колпино, Кронштадт, Петродворец, Пушкин, Ломоносов, Павловск); Ленинград­ская область (Выборг, Гатчина, Кингисепп, Тихвин, Ивангород, Лодейное поле, Луга, Новая Ладога, Приозерск, Шлиссельбург); Калининградская область (Калининград, Багратионовск, Балтийск, Гусев, Светлогорск, Советск); Новгородская область (великий Новгород, Боровичи, валдай, Старая Русса); Псковская область (Псков, великие Луки, Пушкинские Горы, Печоры); вологодская область (вологда, череповец, Белозерск, великий Устюг, вытегра, Грязовец, Тотьма, Кириллов, Никольск, Устюжна); Респу­блика Карелия (Петрозаводск, Кемь, олонец, Пудож, Сортавала).

С 1987 г. в число ведущих поставщиков туристов на наш рынок вошла Финляндия. Гости из Польши и Финляндии и сейчас продолжают оставаться одними из лидеров по въезду в Россию. в 2003 г. среди стран дальнего зарубежья по количеству поездок в Россию на первом месте была Польша, за ней следовали Финляндия, Литва, Китай, Германия, Эстония, Латвия, США, Франция, великобритания. в течение последних лет подавляющее большинство поездок в Санкт-Петербург носит культурный характер. Туристы познают архитектуру и достопримечательности города, литературу и музыку, храмы и духовную жизнь, традиции Масленицы, Пасхи, Рождества и Нового года. Задачу программы развития Санкт-Петербурга как туристского центра: за пять лет войти в пятерку крупнейших туристиских центров Европы с общим количеством прибытий пять миллионов туристов в год, северная столица с успехом выполняет.

В начале XXI в. из огромного числа регионов России в Финляндию привозят успешные музейные проекты. Один из них — программа развития «музейного туризма» в Республике Карелия «Карельские канику­лы», куда привлечены: Музей искусств г. Ювяскюля, Центр каменного века Киерикки, муниципальные музеи Карелии из Олонца, Костомукши, Сортавалы, Медвежьегорска, Кеми, Беломорска, а также ведомственный — Музей геологии докембрия Карельского научного центра. Идея проекта «Карельские каникулы» заключалась в том, чтобы интенсифицировать туроператорскую деятельность муниципальных музеев Карелии, многие из которых уже в 2001-2002 гг. активно занимались организацией экскурсий, обеспечением трансферов, размещения и питания, продажи сувениров. «Карельские каникулы» построены по логическому принципу: «от общего к частному», т. е. от исследования базы развития туризма в Карелии, ознакомительных поездок работников «музеев проекта», экспертно-аналитического семинара по разработке модели участия муниципальных музеев в туристской деятельности и семинаров по менеджменту туризма — к фактическому запуску программы с помощью создания координационного центра в Петрозаводске, организации сети опорных точек на территории Карелии в виде визит-центров при музеях. Одним из основных результатов проекта явилось создание информационнотуристских центров на базе музеев-участников проекта: в Беломорске, Кеми, Костомукше, Медвежьегорске, Олонце, Петрозаводске и Сортавале и апробация 14 новых музейно-туристских маршрутов по «материковой» Карелии: «Путешествие в рудные кладовые Карелии»; «Древние вулканы Карелии»; «Сортавала — город исторический»; «Ладожские шхеры»; «Рускеальские мраморные ломки»; «Кемь — старинный центр Карель­ского Поморья (Лепостров)»; «Медвежьегорск— центр ГУЛАГа»; «Медвежьегорский укрепрайон — история и современность»; «Костомукша — чудесная мельница Сампо»; «Вокнаволок — рунопевческая деревня»; «Беломорские петроглифы»; «Морская культура поморов»; «По святым местам Олонии»; «Что деревня — то обычай».

Возвращаясь к Санкт-Петербургу, необходимо отметить огромный ресурсный потенциал музеев города.

Музеи Петербурга в последнее время приобрели статус объектов стратегического назначения – легендарные залы Северной столицы используются для международных встреч и переговоров на высшем уровне.

Многие из питерских музеев имеют многолетнюю (и даже многовековую) историю. В советское время, правда, им чуть было не пришел конец. В 20-е годы крупнейшие музеи пытались превратить в так называемые «Дворцы Искусств»: в Николаевском зале Эрмитажа крутили кино для крестьянской бедноты, которая расположилась на поселение тут же, по соседству – в остальных залах.

Самые известные и знаменитые музеи Санкт-Петербурга - Государственный Эрмитаж и Государственный Русский Музей. Эрмитаж является одним из петербургских символов, он известен далеко за пределами России. Здесь можно увидеть работы Леонардо да Винчи, Рафаэля, Тициана, Веласкеса, Рубенса, Рембрандта и многих других. Русский музей является хранилищем предметов русского искусства. Здесь хранятся знаменитые картины Брюллова («Последний день Помпеи»), Айвазовского («Девятый вал»), а также другие произведения искусства. В Эрмитаже и Русском музее часто проводятся временные экспозиции, выставляются экспонаты других знаменитых музеев мира. Все эти собрания размещаются в интерьерах знаменитых дворцов - Зимнего и Михайловского. Они расположены в историческом центре города, находятся рядом с другими интересными достопримечательностями Санкт-Петербурга.

Государственный Музей Эрмитаж в Санкт-Петербурге — крупнейший в России и в мире художественный и культурно-исторический музей.

Свою историю музей начинает с коллекций произведений искусства, которые начала приобретать в частном порядке российская императрица Екатерина II. Первоначально эта коллекция размещалась в специальном дворцовом флигеле — Малом Эрмитаже (от фр. ermitage — место уединения, келья, приют отшельника, затворничество), откуда и закрепилось общее название будущего музея. В 1852 году из сильно разросшейся коллекции был сформирован и открыт для посещения публики Императорский Эрмитаж.

Современный Государственный Эрмитаж представляет собой сложный музейный комплекс. Основная экспозиционная часть музея занимает пять зданий, расположенных вдоль набережной реки Невы в центре Санкт-Петербурга, главным из которых принято считать Зимний дворец.

На сегодняшний день коллекция музея насчитывает около трёх миллионов произведений искусства и памятников мировой культуры, начиная с каменного века и до нашего столетия.

Государственный Русский музей - первый в стране государственный музей русского изобразительного искусства, основан в 1895 году в Санкт-Петербурге по Указу императора Николая II. Торжественно открылся для посетителей - 7/19 марта 1898 года.

Русский музей сегодня - это уникальное хранилище художественных ценностей, известный реставрационный центр, авторитетный научно-исследовательский институт, один из крупнейших центров культурно-просветительской работы, научно-методический центр художественных музеев Российской Федерации, курирующий работу 260 художественных музеев России.

В настоящее время коллекция Русского музея насчитывает более 400000 экспонатов и охватывает все исторические периоды и тенденции развития русского искусства, все его основные виды и жанры, направления и школы более чем за 1000 лет: с Х по ХХI век. Основная экспозиция расположена в Михайловском дворце и корпусе Бенуа, который составляет часть дворцового ансамбля.

Русский музей ведет широкую выставочную деятельность, в том числе, в городах России и за рубежом. Ежегодно в стенах музея проводится до 50-ти временных выставок, и до 10-ти, как в российских городах, так и за рубежом. Ко многим выставкам издаются каталоги, альбомы и буклеты, подготовленные научными сотрудниками Русского музея.

К музейному комплексу, помимо Михайловского дворца с корпусом Бенуа и флигелем Росси, также относятся Мраморный и Строгановский дворцы, Михайловский (Инженерный) замок, а также уникальные садово-парковые ансамбли - Летний сад с Летним дворцом Петра I и Михайловский сад.

Касаемо дворцовых интерьеров так же интересен Юсуповский дворец на Мойке и Строгановский дворец на Невском проспекте. Здесь сохранились интерьеры времён царской России, этими особняками владели самые богатые семьи Российской Империи. Многое сохранилось даже в советское время, многое восстанавливается сейчас по историческим чертежам и рисункам. Кроме того, Юсуповский дворец знаменит своим домашним театром. В помещениях Строгановского дворца работает музей восковых фигур.

Многие туристы, да и жители самого Петербурга зачастую не знают о существовании Музея декоративно-прикладного искусства при Художественно-Промышленной академии. Здание музея никогда не было жилым, оно построено в конце XIX века именно для размещения выставок и экспозиций. Выпускниками академии здесь созданы великолепные интерьеры самых разных стилей.

Петергоф. Основанный в самом начале XVIII столетия императором Петром I неподалеку от новой северной столицы - Санкт-Петербурга, Петергоф должен был стать самой роскошной летней царской резиденцией. Работы по созданию новой резиденции велись с ошеломляющей быстротой. Уже в августе 1723 года состоялось торжественное открытие Петергофа, причем к этому времени был распланирован Нижний парк, прорыт Морской канал, действовала часть фонтанов, были отделаны верхние палаты, а также построены дворцы "Монплезир" и "Марли".

По замыслу Петра, Петергоф должен был, с одной стороны, сравниться в великолепии с самыми знаменитыми королевскими резиденциями Европы, с другой - стать триумфальным памятником успешного завершения борьбы России за выход к Балтийскому морю. И то и другое удалось блистательно осуществить. К середине 20-х годов XVIII века были разбиты регулярные Верхний сад (15 га) и Нижний парк (102,5 га), построен Большой дворец, создана крупнейшая в мире система фонтанов и водных каскадов и выполнена большая часть скульптурного убранства: множество свинцовых, позолоченных статуй, барельефов, маскаронов, ваз. В 1799—1806 свинцовые статуи были заменены золочёными бронзовыми. В Петергофе работали скульпторы И. П. Мартос, И. П. Прокофьев, Ж. Д. Рашетт, Ф. И. Шубин, Ф. Ф. Щедрин.

В планировочной структуре ансамбля Петергофа регулярность и симметрия общей композиции сочетаются с искусным использованием естественного рельефа местности и с разнообразием художественных решений отдельных участков парка, павильонов и фонтанов.

Говоря о богатых интерьерах, нельзя не упомянуть Исаакиевский собор. Богослужения здесь проводятся только по праздникам, собор является действующим памятником-музеем. Кроме внутреннего убранства здесь нужно отметить колоннаду, с высоты которой можно разглядывать окрестности. Уникальным с точки зрения оформления внутреннего пространства является собор Воскресения Христова, более известный как Спас-на-крови. Кроме исторической значимости (построен на месте смертельного ранения императора Александра II) он обладает самой большой в мире площадью мозаичных панно (7050 кв.м.).

Таким образом, первый ресурс – изобразительное искусство.

Среди исторических музеев безусловно заслуживают внимания комплекс Петропавловской крепости, домик Петра I и Летний дворец Петра I. На территории крепости расположен Петропавловский собор - усыпальница всех русских императоров от Петра I до Николая II. На крепостной стене устроена так называемая «Невская панорама», откуда можно увидеть Дворцовую набережную и стрелку Васильевского острова. В Комендантском доме находятся экспозиции музея истории Санкт-Петербурга. О первых годах жизни города также расскажут в домике Петра I и в Летнем дворце. В пяти минутах ходьбы от домика Петра находится крейсер «Аврора». Летний дворец расположен на территории Летнего сада, вокруг которого также находится большое количество достопримечательностей. Интересна так же Кунсткамера - самый первый общественный музей в России, основанный Петром I. Недалеко от Кунсткамеры находится Меншиковский дворец. Здесь можно увидеть богатые дворцовые интерьеры начала XVIII века, услышать истории о первом Санкт-Петербургском генерал-губернаторе и сподвижнике Петра I Александре Даниловиче Меншикове.

Второй ресурс – архитектура, как историческое наследие города.

В Санкт-Петербурге находится большое количество храмов-музеев. На Невском проспекте расположен Казанский собор, являющийся в настоящее время главным храмом Санкт-Петербурга. Здесь находится список со знаменитой иконы Казанской Божией Матери. Её оригинал был утерян в советское время. В Казанском соборе находится могила великого русского полководца М. И. Кутузова. Украшающий монастырь Смольный собор сейчас не обладает церковными реликвиями. Внутри собора проводятся временные художественные выставки и концерты классической музыки. Достопримечательностями действующего Спасо-Преображенского собора являются образ «Спас Нерукотворный» и икона Божией Матери «Всех Скорбящих Радосте». Возможно самой знаменитой духовной реликвией Санкт-Петербурга является часовня Ксении Блаженной на Смоленском кладбище.

Почтить память великих русских людей можно в Александро-Невской лавре. В Троицком соборе находятся мощи святого князя Александра Невского, а в Благовещенской церкви похоронен великий полководец А. В. Суворов. На расположенных рядом Некрополях находятся могилы многих известных личностей. Среди них М. В. Ломоносов, Д. И. Фонвизин, К. Росси, М. И. Козловский, Н. М. Карамзин, И. А. Крылов, В. А. Жуковский, Ф. М. Достоевский, М. И. Глинка, М. П. Мусоргский, Н. А. Римский-Корсаков, П. И. Чайковский, А. А. Иванов, Б. М. Кустодиев, П. К. Клодт, В. П. Стасов, В. Ф. Комиссаржевская, Н. К. Черкасов.

Третий ресурс – религиозно-исторические памятники города.

Из петербургских музеев-квартир наиболее известны Мойка 12 - музей-квартира А. С. Пушкина, а также музеи-квартиры А. Ахматовой, А. А. Блока, Ф. М. Достоевского, Н. А. Некрасова. В Санкт-Петербурге находится котельная, где работал популярный музыкант Виктор Цой. Это место известно как «Камчатка», является неофициальным музеем.

Музей современного искусства Эрарта – самый крупный негосударственный музей современного искусства в России.

Основная миссия музея — собирать, выставлять и популяризировать наиболее оригинальные и мастерски выполненные произведения современных художников. Согласно этим задачам деятельность музея включает в себя выставочные проекты, периодическое издание музейного каталога, экскурсии и образовательные программы. Музей Эрарта ориентирован на самую широкую аудиторию и стремится дать зрителю возможность открыть для себя современное искусство и найти в нём то, что ему интересно и близко.

Четвертый ресурс – литературно-музыкальное наследие города.

Для детей - Музей кукол и Музей железно-дорожного транспорта. В первом из них находится богатая экспозиция сувенирных и игровых кукол. Некоторые из экспонатов возможно приобрести. Музей железнодорожного транспорта хранит экспонаты, связанные с появлением и развитием железных дорог в России. Здесь находится большая коллекция моделей паровозов, вагонов и локомотивов, макет сортировочной станции и железно-дорожной линии.

Вторая сцена Мариинского театра на набережной Крюкова канала — театр оперы и балета, на сооружение которого из федерального бюджета было отпущено 22 млрд рублей[[29]](#footnote-29). Располагается по адресу улица Декабристов, 34. Проект, разработанный не слишком известной в архитектурных кругах канадской фирмой Diamond Schmitt Architects, был, по некоторым данным, лично выбран руководителем театра Валерием Гергиевым. Здание было введено в эксплуатацию 2 мая 2013 года, вскоре после чего было названо архитекторами, признавшими его главной неудачей последних лет, «самым некрасивым зданием времён губернатора Полтавченко»: новый театр возглавил анти-рейтинг с огромным отрывом[[30]](#footnote-30).

Внешний фасад здания, выполненный из бежевого юрского мрамора, прорезанный высокими окнами различного размера и увенчанный металлической крышей, хорошо вписывается в архитектуру исторического центра Петербурга, но несет в себе яркие черты современности. Если в классической архитектуре единство городского пейзажа обеспечивают классические портики с колоннами, обозначающие входы в здание, то в здании Второй сцены Мариинского театра для этой цели служат панорамные окна. За счет этого снаружи открывается вид на внутренний вестибюль театра, а изнутри – на Крюков канал. Над главным входом в театр размещен навес из стекла и металла.

С террас и из амфитеатра, расположенных на крыше здания, открывается потрясающий вид на город. Здесь могут проводиться небольшие концерты и представления.

Пятый – музейный ресурс, ориентированный на младший возраст.

Музейный потенциал Санкт-Петербурга необычайно обширен. Помимо вышеперечисленных, следует так же отметить такие примечательные музеи как музей Арктики и Антарктики, Зоологический, Океанариум, Ботанический, Планетариум.

Российский музей Арктики и Антарктики - единственный в России и крупнейший в мире музей, посвященный полярным зонам Земли, - располагается в здании бывшей Никольской единоверческой церкви (1820-1838 гг., арх. А. И. Мельников).

Основан в 1930 г. как отдел Всесоюзного арктического института, в 1937г. открыт для посетителей.

Современная экспозиция состоит из разделов: «Природа Арктики», «История исследования и освоения Северного Морского пути», «Антарктика». Коллекции музея включают личные фонды полярных исследователей, фотографии, документы по истории освоения Северного и Южного полюсов, снаряжение экспедиций, уникальные приборы, макеты кораблей, диорамы.

Среди экспонатов – предметы и документы полярных экспедиций Г. Я. Седова, Г. Л. Брусилова, В.А.Русанова, самолет – амфибия «ША-2», штурвалы ледоколов «Таймыр и «Ермак», спасательный круг с парохода «Челюскин», палатка Первой советской дрейфующей станции «Северный полюс-1».

Стоимость билетов

Для взрослых: 200 руб.

Для школьников: 70 руб.

Для пенсионеров: 70 руб.

Для детей дошкольного возраста вход бесплатный.

Фотосъемка - 100 рублей. На шею вешается бейджик, дающий право фотосъемки.

Первый этаж экспозиции - Арктика. И первый же зал на пути осмотра - природа Арктики. По центру зала расположен макет глобуса с рельефной картой северного полушария.

Второй этаж - Антарктика.

В зале Арктики особый упор делается на научную сторону освоения полюса. Здесь - различные записи ученых, рельефные (подводный рельеф и земной) карты и карты распространения птиц в Антарктиде, заспиртованная морская фауна антарктических вод, костюмы полярников и многое подобное.

Зоологический музей в Санкт-Петербурге расположен практически в центре, рядом со стрелкой Васильевского острова.

Стоимость билетов в Зоологический музей:

- дети, студенты, пенсионеры - 70 рублей;

- взрослые - 200 рублей;

- фотосъемка бесплатна.

Первый этаж, посвящен всем группам животных планеты: от маленьких птичек до крупнейших на Земле млекопитающих.

В этом (первом) зале - лестница на второй этаж музея. Там - экспозиции со всевозможными насекомыми и зоопарк живых насекомых (вход платный; стоимость: взрослый - 100 руб., детский и льготный - 50 руб.). На выходе с этажа - Книга отзывов.

Зоологический музей в Санкт-Петербурге основан в 1832 г., открыт в 1838 г. В его основу легли зоологические коллекции Кунсткамеры. С 1896 г. находится в здании бывшего южного пакгауза, где в 1901 г. открыт выставочный отдел. В 1930 - 1931 гг. на базе музея организован Зоологический институт.

Архитектор здания Зоологического музея (1826 - 1832 гг.) - И.Ф. Лукини.

Представленные в экспозиции постоянно пополняющиеся коллекции расположены в соответствии с зоологической системой. Здесь показаны все группы животного мира Земли - беспозвоночные, рыбы, земноводные, пресмыкающиеся. Особенно богаты коллекции птиц и млекопитающих.

Океанариум в Санкт-Петербурге входит в состав торгово-развлекательного комплекса «Планета Нептун», который открылся в 2006 г. (финский арх. X. Лайтина). Экспозиции этого музея живой природы позволяют познакомиться с подводным миром разных природно-климатических зон нашей планеты.

Планетарий в Санкт-Петербурге появился в 1959 году, на базе реконструированого спортивно-циркового комплекса. В Звездном зале Планетария находится главный аппарат - «Планетарий», который воспроизводит на куполе важнейшие астрономические явления, доступные наблюдению невооруженным глазом: звездное небо Земли, суточное движение небесного свода, движение Солнца и планет, туманности и звездные скопления, Млечный Путь. В Планетарии работает небольшая астрономическая обсерватория, оснащенная современными телескопами.

В Планетарии регулярно проводятся выставки, научные лекции и обучающие семинары для детей и школьников.

# 2.2. Рынок познавательных музейных туров для детей в Санкт-Петербурга

Особенности подбора музеев для экскурсионных туров, рассчитанных для детей и подростков, заключаются не только в отборе музеев, согласно особенностям и специфике подачи информации.

Основное на что следует обращать внимание – уровень интересов детей того или иного возраста, для которых рассчитан тур.

Как правило, детям интересны музеи, экспонаты которых связаны с природными явлениями, зоомузеи, планетарии, музеи кукол, народного творчества. В меньшей степени дети интересуются выставками живописи, предметами искусства. Исторические музеи подходят для посещения, исходя из особенностей выставляемых экспонатов.

Музейное дело начали возрождать только в 30-е годы. Тогда появилась традиция показывать сокровища питерских музеев официальным делегациям. Продажу шедевров прекратили (к счастью, еще было что показать). Сегодня в программу пребывания всех заезжих глав государств включены самые знаменитые из петербургских музеев.

Несмотря на экономическую нестабильность 90-х годов, в Санкт-Петербурге не только не закрылся ни один музей или театр, а появились новые. Так, например, музей хлеба, частный музей кукол (открыт в 1999 году) – третий по счету музей такого типа в России, здесь представлены коллекции из более чем 2000 кукол, в том числе «Многонациональный Санкт-Петербург», «Пушкинский Петербург».

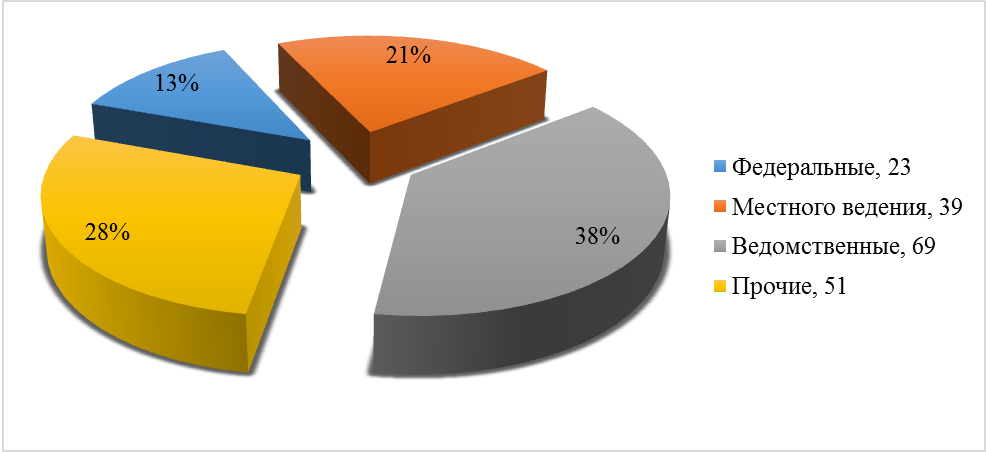


Рис. 1. Структура принадлежности музеев Санкт-Петербурга, 2013 г., %[[31]](#footnote-31)

По данным Комитета по Культуре Администрации Санкт-Петербурга на 2013 г. в городе существовало 182 музея. Структура музеев представлена на рис. 2.

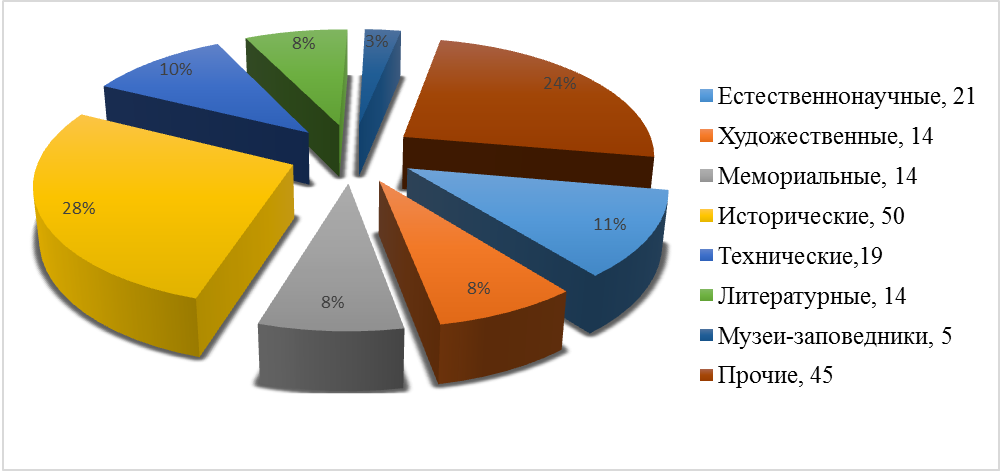


Рис. 2. Структура музеев Санкт-Петербурга, 2013 г., % [[[32]](#footnote-32)]

Для таких музейных гигантов, как Русский музей, Эрмитаж, Петергоф, Царское Село, Петропавловская крепость, на долгие годы одним из основных источников дохода будет оставаться входная плата от иностранных туристов.

Потенциальный и реальный спрос на культурные продукты в Санкт-Петербурге представлен на рис. 3. [30].

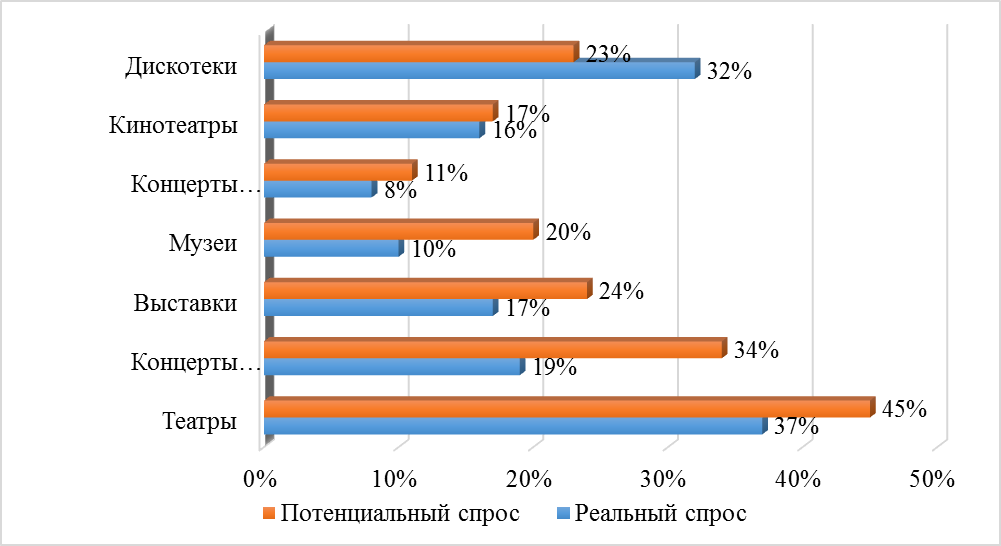


Рис. 3. Потенциальный и реальный спрос на культурные продукты в Санкт-Петербурге[[33]](#footnote-33)

Существующий уровень спроса на музейные услуги не соответствует ни потенциальному спросу потребителей, ни возможностям музеев. Такая ситуация обусловлена социально-экономическими факторами: низким уровнем заработной платы, отсутствием свободного времени, образом жизни. Проведенные в музеях исследования показали, что основными причинами, сдерживающими посещение музеев, являются: занятость людей (5% респондентов); лень (15%); отсутствие компании (10%); затруднились дать ответ (10%). Незначительными оказались такие причины, как недостаток информации и транспортные трудности. На финансовые трудности указали пенсионеры и лица из малообеспеченных семей. Лица среднего возраста связывают отсутствие свободного времени с решением финансовых проблем.

Вторая группа факторов, снижающих спрос на музейные услуги, относится к проблемам собственно музейной деятельности: снижение финансирования из государственного бюджета; усиление конкуренции со стороны других учреждений культурных продуктов, таких, как телевидение, шоу-бизнес; изменение потребительского поведения на рынке культурных продуктов (желание потребителей, посещая учреждения культуры, не столько повышать свои знания, сколько отдыхать и развлекаться см. рис. 4) сохранение старой концепции управления, отвергающей маркетинг как инструмент обеспечения привлекательности музеев для потребителей.

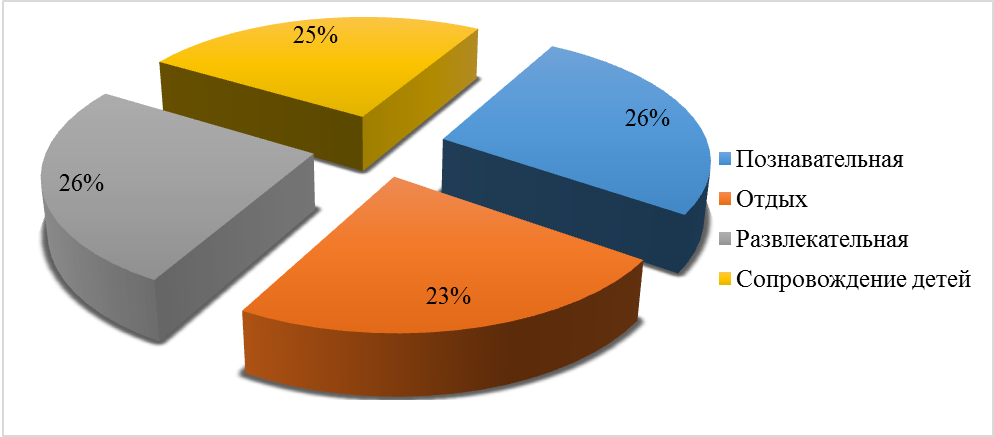


Рис. 4. Цели посещения музеев Санкт-Петербурга, %[[34]](#footnote-34)

Структурно картина посещаемости различных типов музеев за последние несколько лет не изменилась.

По-прежнему на первом месте по количеству посетивших (но не посещений) находятся краеведческие музеи, затем художественные и исторические. Наименьшей популярностью пользуются музеи природы науки и техники. Структура посещений соответствует структуре музейной сети, или иными словами структура спроса отображает структуру предложения. Самым значимым фактором приобщения населения к искусству многие социологи считают уровень образования. По данным исследователей частота посещений у зрителей с начальным образованием снижается, тогда как у людей с высшим образованием посещаемость во всех возрастных группах выше, чем среди публики в целом.

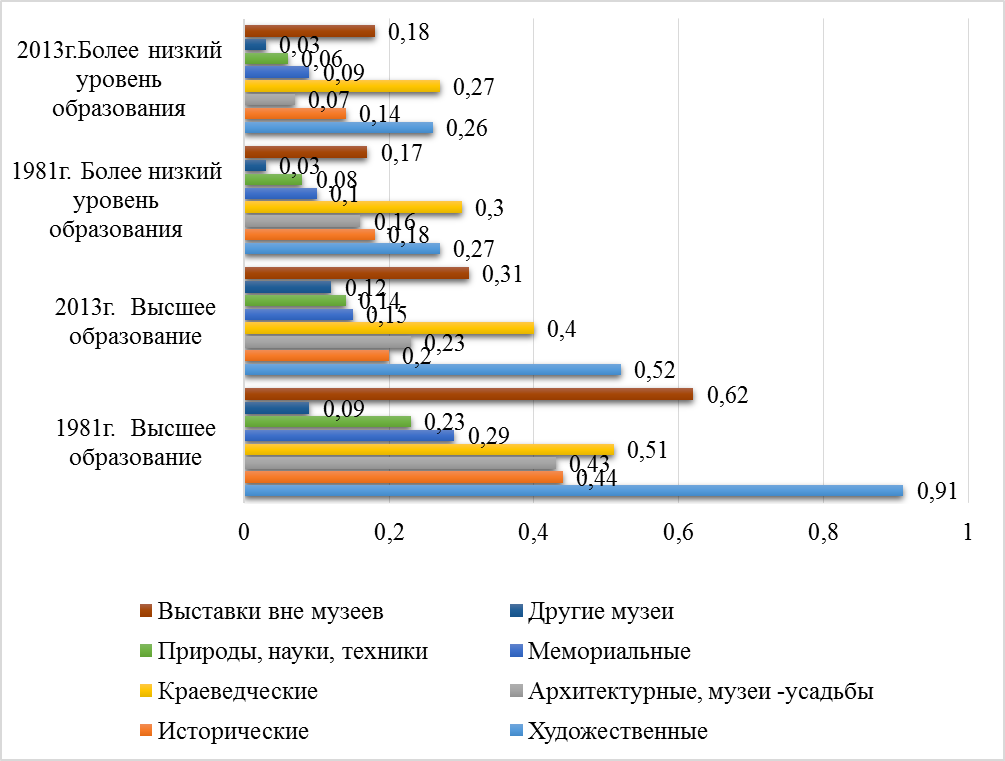


Рис. 5. Динамика среднего количества посещений различных видов музеев в зависимости от образования (1981–2013 гг.) [[[35]](#footnote-35)].

Яркая подача может преобразить даже самую скучную тему. Хорошим примером здесь может послужить петербургский Музей связи, несколько лет назад прошедший капитальную реконструкцию и реэкспозицию. До них он был довольно неприметным специализированным музеем, где в витринах пылились старинные почтовые марки и первые телефонные коммутаторы. Новый подход музейщиков к своей коллекции делает акцент на телекоммуникационных технологиях: история связи «выведена» на современность, и путь от «кибитки почтовой» до спутников связи подан легко и увлекательно. Разумеется, здесь, среди высокотехнологичных гаджетов, как нигде уместен элемент игры – в атриуме музея, где выставлены самые современные экспонаты, можно тут же и воспользоваться такими экзотическими средствами связи, как видеотелефон или голосовой генератор, а также таким неэкзотическим уже средством, как Интернет, – последнее обстоятельство обеспечивает музею постоянную молодежную публику. Получился динамичный и очень посещаемый музей со стабильными перспективами, в том числе и финансовыми.

Другое направление музейной политики – упор не на постоянную экспозицию, а на выставочные программы и разнообразные события (концерты, кинопоказы, лекции, презентации книг, художественные акции). Музей фактически превращается в культурный центр, собирающий публику с самыми разнообразными интересами и активно взаимодействующий с ней. Так, Литературно-мемориальный музей А.А. Ахматовой в Фонтанном доме, хотя и ведет обширную литературоведческую работу, известен не столько ею и тем, что связано с Ахматовой, сколько тем, что стал одной из самых прогрессивных городских площадок, выставляющих современное искусство. По современному искусству выставочная программа музея Ахматовой может составить конкуренцию даже Эрмитажу, у которого именно современное искусство не является приоритетной стороной. В других кругах музей Ахматовой известен как база социальных проектов, например работы с инвалидами. В-третьих – как площадка концертов и театральных вечеров, которые проводятся здесь постоянно. Таким образом, музей существует даже не как один, а как несколько брендов, и получает не одну, а несколько публик.

Наконец, необходимая составляющая современного музея – это широкая инфраструктура. Музей предоставляет публике не только свою традиционную культурную услугу – информацию или эстетическое удовольствие, но и множество дополнительных. В комплексе европейского музея обязательно будет лекционный комплекс, где проходят конференции, презентации, образовательные программы, будут кафе и ресторан, книжный магазин и магазин музейной продукции. Сегодняшний музей предлагает зрителю не поход за порцией информации, а насыщенный полноценный день – отдыха или, наоборот, умственной работы, в зависимости от мотивов, приведших сюда зрителя. Если это предложение безошибочно опознается – публикой, компаниями-партнерами, другими музеями – значит, музей как бренд состоялся.

Условием успешного развития музеев является улучшение качества, обеспечение разнообразия музейных услуг. Поэтому основными показателями развития организаций культуры должны быть маркетинговые показатели, характеризующие количество и качество предложенных услуг, количество и структуру спроса. Существуют методологические и статистические проблемы оценки развития и эффективности деятельности музейной отрасли и отдельных музеев. В рыночных условиях музеи обеспечивают свое выживание и развитие, занимаясь поисками дополнительных источников финансирования и адаптируясь к современным требованиям посетителей культурных учреждений.

Современный этап развития музейного дела для детей характеризуется нарастающей диверсификацией социальной среды, в которой функционируют музеи. Рост средового разнообразия выражается не только в умножении количества самих музеев, среди которых могут быть как партнеры, так и соперники, но и в увеличении числа других институтов, действующих в одной или в смежной с музеями сфере социальных отношений. Это: частные коллекционеры и коммерческие галереи, новые виды учреждений неформального и дополнительного образования, новые средства массовой информации, новые досуговые учреждения. Общая характеристика музейного рынка Санкт-Петербурга для детей представлена в таблице 1.

Таблица 1.

Общая характеристика музейного рынка Санкт-Петербурга для детей, 2014 г. (за 2013 год)[[36]](#footnote-36)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Характеристика | Ед. измерения | Данные |
| 1 | Посетители дети до 13 лет | чел. | 16 365 000 |
| 2 | Музейные выставки для детей (в том числе выездные) | ед. | 853 |
| 3 | Объем музейного фонда, в том числе для детей | ед. | 7 833 690 |
| 4 | Сотрудники, работающие с детьми (эккурсоводы, аниматоры) | чел. | 1 343 |
| 5 | Общая площадь парков культуры и отдыха с возможностью посещения детей | га | 243,5 |

Взаимодействия детских музеев с внешней средой постепенно приобретает все более сложный, иногда конкурентный характер. В связи с этим приходится более активно заниматься представительской деятельностью, рекламой и продвижением результатов своей работы на рынке услуг и товаров, искать и осваивать новые формы контакта с музейными посетителями (школы, семьи), деловыми и творческим партнерами (центры раннего развития, центры детского досуга).

Тем не менее, в последние годы произошел значительный рост количества посетителей музеев школьного возраста. Динамика посещаемости музеев детьми от 6 до 13 лет Санкт-Петербурга представлена на рис. 6.

Так же можно отметить значительный рост объемов музейного фонда Санкт-Петербурга для семейного посещения см. рис. 7.

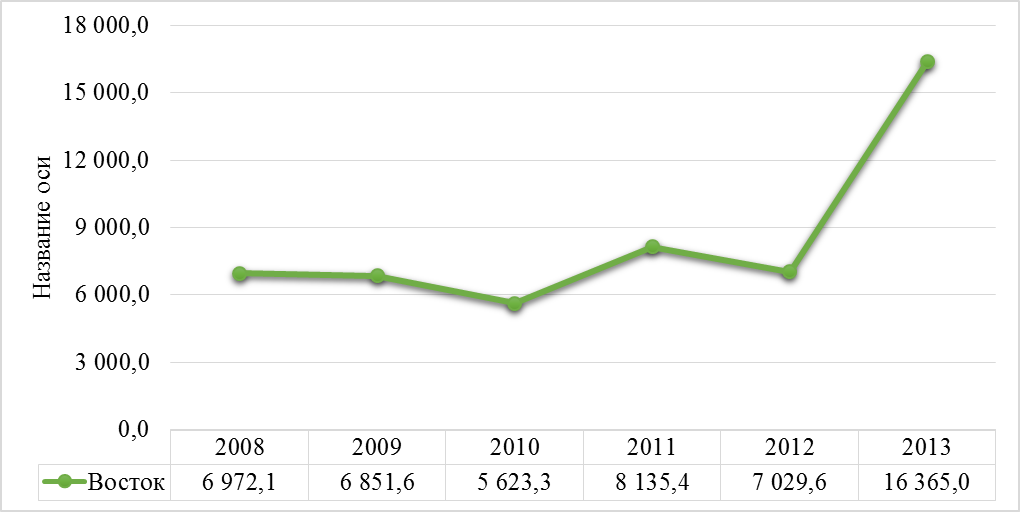


Рис. 6. Динамика посещаемости музеев Санкт-Петербурга детьми от 6 до 13 лет, тыс. чел.[[37]](#footnote-37)

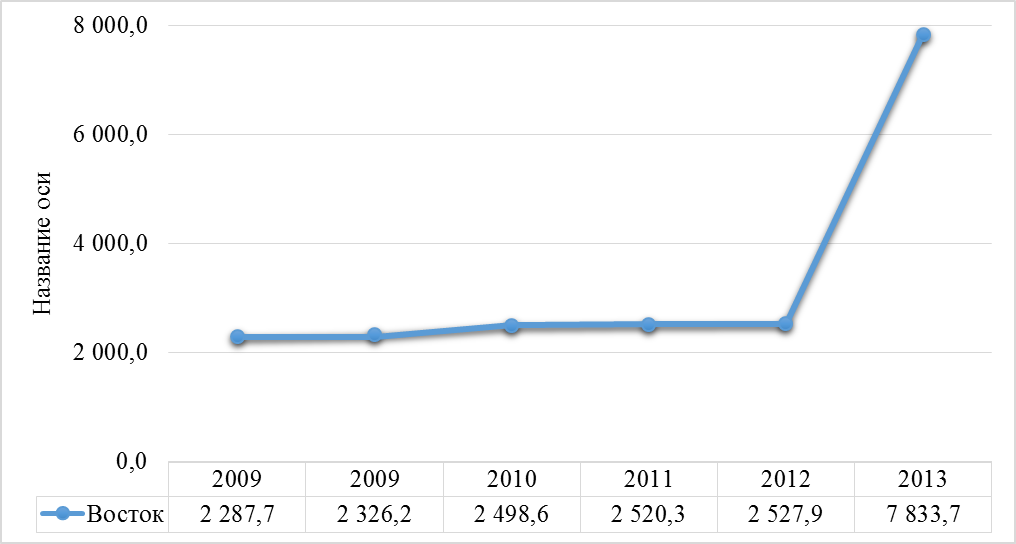


Рис. 7. Динамика объема музейного фонда Санкт-Петербурга для семейного посещения, шт.

Так же выросло количество разнообразных выставок, проводимых в Санкт-Петербурге для детей всех возрастов см. рис. 8.

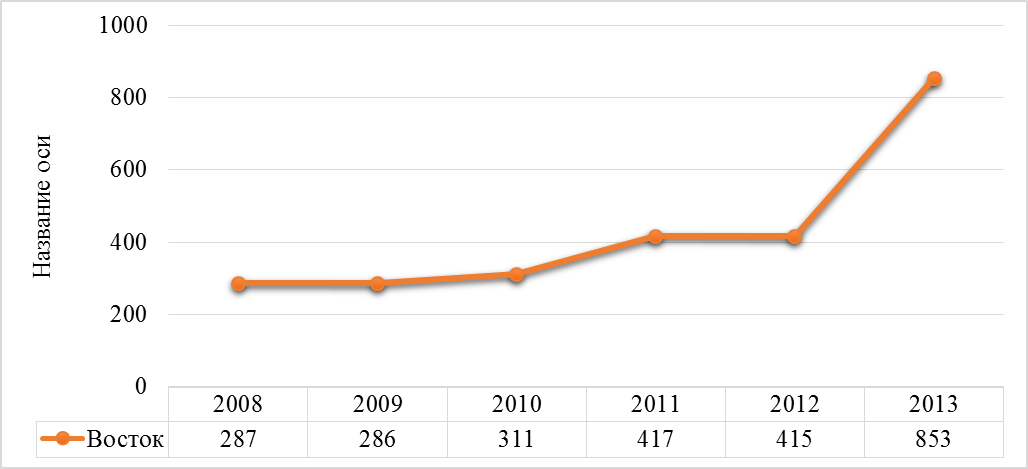


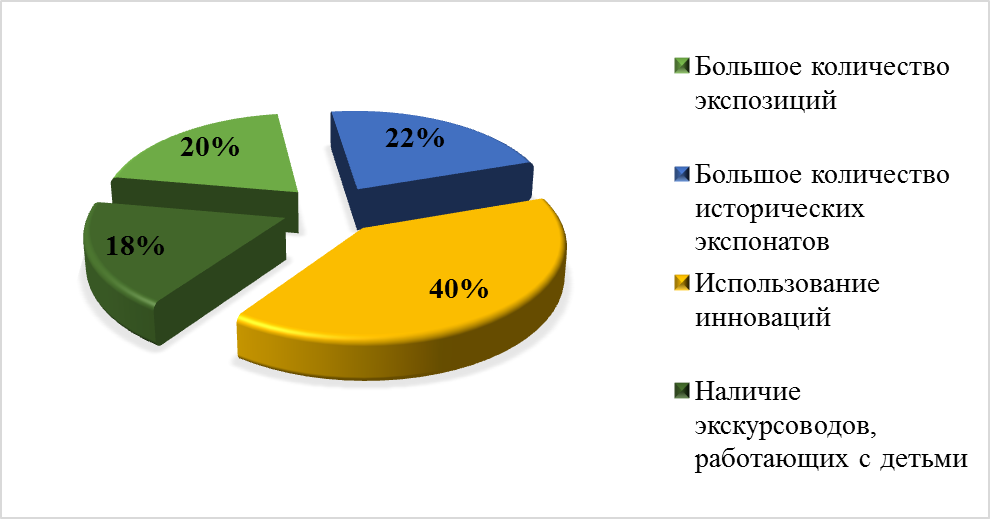
Рис. 8. Динамика количества выставок в Санкт-Петербурге для детей, шт.[[38]](#footnote-38)

Развитие городских музеев идет по пути освоения новых экспозиционных площадей, а также активизации различных форм публикации музейных коллекций с использованием современных технологий. В рамках городской Программы развития Санкт-Петербурга как туристского центра при поддержке Комитета по культуре летом каждого года с большим успехом прошла акция «Ночь музеев» в традициях европейских музейных фестивалей. К сожалению, по практике данного мероприятия, даже при большом желании, семьи не могут посещать музеи с детьми, т.к. вечером в городе и в музеях много людей, а так же открываются во время этой ночи не все музейные центры.

В прошедшем году в городе проведено 940 выставок (в 2012 г. – 852), среди которых 314 – из фондов музеев и 626 выставок современного искусства. В музеях городского подчинения прошло более 30% от общего числа выставок. Приоритеты в создании выставок отдавались экспозициям из фондов музеев, а также была продолжена практика создания межмузейных выставок.

В 2012 году суммарный показатель посещаемости музеев с детьми составил 7,8% от всех посетителей, что на 227 тыс. чел. больше показателя прошлого 2013 года. А Ленинградский зоопарк посетило в 2012 г. 650 тыс. чел., что на 10 тыс. чел. больше показателя 2012 года. Для детей с ограниченными возможностями здоровья была реализована программа «Зоопарк приезжает в гости».

При решении о посещении музея и выборе музейного тура, большинство родителей (учителей, воспитателей и пр.) останавливается на нескольких факторах, которые представлены на рис. 9. В последние годы, наличие инновационных технологий становится наиболее привлекательным фактором для посещения музея.

Рис. 9. Привлекательность музея для посетителей, %[[39]](#footnote-39)

Специальные детские программы, предлагаемые музеями (всеми) являются самобытной уникаль­ной системой работы с категорией дошкольного и школьного возраста в музее, появившейся в последние десятилетия ушедшего века. Специальные детские музейные программы — одна из форм комплексной презентации коллекций музея, органично входящая в современную ментальность и включающая эстетический, коммуникативный и фандрейзинговый аспекты. Специальные программы имеют эксклюзивный характер, и не только не бывают массовыми, но и корректируются для каждой конкретной группы детей (по возрастам). Сотрудники музея (научные сотрудники, менеджеры, маркетологи, социологи, психологи, представители турбизнеса), создавая такие программы, опираются на правовую базу возможностей продвижения подобного туристского продукта в некоммерческой организации (ДОУ, школы, центры раннего развития, детские дома и пр.).

Особенность детских специальных музейных программ раскрывается в принципиально иной по сравнению с традиционными образовательными и просветительными программами целевой установке, складывающейся из нескольких взаимосвязанных позиций.

1. Разработка современного методологического подхода к коллекции музея, что даст возможность показать ее детям в новом, зачастую неожиданном ракурсе.
2. Объединение в программе разного материала, принадлежащего к нескольким сферам деятельности, что позволяет отразить синтетический характер творческих поисков современности.
3. Постижение коллекции музея в ее отношении к современной куль­туре в рамках игровой формы.

Специальная программа для детей может разрабатываться на стыке разных гуманитарных областей, что увеличивает ее диапазон и умножает возможности по сравнению с академическими формами образовательной и просветительной деятельности.

По структуре специальная программа для детей трехчастна и включает:

1. знакомство с историческими зданиями и коллекцией музея в свете поставленной в данной программе задачи;
2. осуществление основного задания программы;

Содержание детских специальных программ отражает те позиции и функции, которые отличают современную творческую деятельность ребёнка в целом. Это, прежде всего, широкая интеграция, врастание художественных, исторических образов, методов и технологий в самые разные формы человеческой практики, среди которых медицина, биология и т. п., что уже определяет синтетичность содержания таких детских, для разных возрастов, программ.

Специальные программы могут решать разные задачи и учитывать социальную дифференциацию адресата, что выражается в разработке и создании:

1. интернациональных программ для детей с разными областями знания искусства (кто-то уже был в музее ни один раз, читает книги, а кто-то первый раз видит картину);
2. специальных программ для разных возрастных категорий (дошкольники, школьники);
3. специальных циклов для представителей разных социальных групп (дети с ограниченными возможносятми, дети и детских домов и пр.);

Специальные программы дифференцируются по содержанию, по составу образующих их компонентов, по целевой установке и функцио­нальной направленности.

Содержательно и методически данные программы разделя­ются по следующим основным направлениям: синтетические, реставрационно-хранительские, креативные, междисциплинарные (арт-терапевтические), игровые, выставочные (временные), регио­нальные и виртуальные.

Первое направление синтетическое, так как основной его признак — привлечение при подготовке музейной программы других видов искусства. Это может быть музыка (детские шоу программы-концерты), элементы теа­трализации (детские программы-спектакли), видеопоказ и т. п. Среди синтетических программ особое место занимают музыкальные программы. Они строятся как развитие единой исторической и эмоциональной темы. Синтетические программы меняют способ восприятия музейной экспозиции в целом, переводя ее на иной уровень гармонического раскрытия. Специ­альное направление синтетических программ — подготовка комплексных проектов с привлечением других художественных и культурных центров и организаций. Например, турфирма «Русь» (Невский пр., 80) предлагает интерактивные музейные туры для детей с посещением сразу нескольких культурных памятников города. Они подготавливают комплекс образовательно-развлекательных мероприятий, с использованием мультимедийной техники, музыкально-театрального сопровождения, работы аниматоров, а так же опытных экскурсоводов. Турфирма «Дядюшка Ник» предлагает музейные туры с развлекательно-образовательными программами. Например, «Архитектурный облик Санкт-Петербурга» - знакомство с разными архитектурными стилями, с творчеством выдающихся петербургских зодчих. (2 - 8 класс; 3 - 5 часов.): «Петровское барокко - Д.Трезини», «Елизаветинское барокко - Ф.Б.Растрелли и С.Чевакинский», «Ансамбль зданий Эрмитажа», «Ансамбли К.Росси», «Расцвет Петербургского классицизма», «Архитектура периода эклектики», «Каменноостровский проспект как энциклопедия модерна», «Модерн в пространстве Петербурга», «Архитектурные стили в зодчестве Петербурга».

Комплекс программ реставрационно-хранительского направления имеет целью раскрыть ребёнку такие аспекты музея, которые знакомят его с техническими и технологическими особенностями существования и функционирования музея, выступающего в его хранительской функ­ции. В процессе таких занятий им показываются условия хране­ния и реставрации памятников, объясняются принципы дифференциации коллекции, приемы и особенности экспонирования изобразительного искусства в залах музея и т.п. В такие программы включаются стороны деятельности, недоступные обычному посетителю и предназначены для детей от 11 лет и старше. Такие программы создаются без особого увеселительного сопровождения и для их реализации директора школ или ДОУ должны подать заявку о желании сводить своих детей на подобную экскурсию.

Вовлечение маленьких посетителей в процесс творческой деятельности на базе коллекций музея — важное направление, определяемое как креатив­ное. Особой популярностью пользуется программа «рисование в музее». Самое главное не сама возможность повторить что-то находящееся перед глазами, а творить в «присутствии» великих мастеров прошлого. Важной особенностью этой программы является то, что исполнители — не про­фессиональные художники-малыши, и целью их творчества является воплощение собственного состояния, порожденного конкретной ситуацией, которую формирует погода, время года, количество людей, присутствующих в зале, и, наконец, сам зал и окружающие их друзья.

Таким образом, эта специальная программа имеет целью пробудить или спровоцировать творческое состояние ребёнка, которое у каждого проявляется по-своему и способствовать его осуществлению, получая вдохновение от работ великих мастеров в художественном музее. Такая специальная программа выступает мощным стимулятором творческих способностей детей. Такие программы предлагают музеи «Невский, 8» (галерея художников), Музей истории религии.

Игровые программы — тип специальной программы, предусматриваю­щей абсолютную самостоятельность детей, требующей особой подготовительной работы. Например, программа «Поиски сокро­вища» строится по принципу самостоятельного узнавания коллекции и ориентирования в ней по заданным маршрутам. Ребёнок располагает схемой-ребусом, позволяющей ему найти путь к некоему, неизвестному ему сокровищу. Программы такого рода предполагают неожиданную кон­цовку, когда, завершив свой путь по музею и достигнув искомой конечной точки, турист получает приз. В качестве такого приза может выступать и музейный сувенир, и художественный альбом, памятный лист — свиде­тельство об участии в программе и о победе. Такие программы имногда предлагает Русский этнографический музей, чаще детские музеи – Музей Кукол, музей «Вселенная воды» и пр.

Специфика программ на временных выставках в том, что время их действия ограничено. Будучи сконцентрированными вокруг определенной темы экспозиции, эти программы обладают относительной независимо­стью от последовательности специальных программ в целом. Если все спе­циальные проекты для детей, подготовка которых осуществляется в музее, должны быть связаны с коллекцией «по умолчанию», то программы, составленные для временных выставок этого правила не придерживаются. В этом смысле, выставка И. и Э. Кабаковых в Эрмитаже «Случай в музее», яркий пример. Выставка организована в музее и на музей ориентирована и названием, и сюжетом инсталляций. Расположение выставки в том крыле здания Главного штаба, где в XIX в. находилось Министерство финансов с министерской сейф-комнатой не случайно. Пустой шкаф — инсталляция 50-х гг. XX в. И. Кабакова — реминисценция объектов чиновничьего мира двух эпох с различным политическим строем. В здании Главного штаба, памятнике в честь победы над Наполеоном, в XIX в. были не только роскошные залы и кабинеты, но и множество подсобных помещений, от прачечных до пекарен, были там и жилые комнаты разных уровней: туалеты и шкафы, подобные тем, что присутствовали на выставке. Временная выставка И. и Э. Кабаковых позволила разработать несколько специальных программ по следующим тематическим блокам: «К. В. Нессельроде и А. М. Горчаков — внешняя политика и финансовые тайны»; «Убийство М. С. Урицкого Л. А. Каннегисером; тюрьма и музей уголовного розыска»; «Петербург Н. В. Гоголя в творчестве И. Кабакова»; «Союз Эрмитажа с музеем С. Гуггенхайма».

Совершенно новым направлением деятельности музея для детей, представлен­ным только в специальных программах, является арт-терапевтическое с технологией арт-тестирования и арт-коррекции. Эти программы строятся на основе современных эстетических представлений и с учетом новейших исследований в области воздействия художественного творчества на чело­веческий организм, осуществляемых, например, в Медицинской Академии им. И. И. Мечникова. В них актуализируются представления о роли искусства в психологической и физиологической реабилитации человека. Такие программы разрабатываются под непосредственным наблюдением сотрудников Медицинской Академии им. И. И. Мечникова. Работа проходит с пациентами-детьми с психическими или интеллектуальными отклонениями, с детьми из школьных учреждений коррекционного типа. Туристские фирмы подобными турами не занимаются. В таких проектах развивается новое направление искусствоведческой деятельности, которое не просто исследует природу цвета и других компонентов художественного текста, и раскрывает их практический смысл, но показывает и одновременно проверяет их «работу» на практике. Среди арт-терапевтических программ выделяются «психоэнергетические» и циклы, построенные на модусе пластического переживания. Примером данного направления могут быть программы, получившие название «Красная» и «Синяя»; «Свето-серебряная», «Энерго-психологический фонд Эрмитажа»; «Пульс камня» и др.

Тестирование слушателей при помощи специальных компьютерных программ, осуществляемое заранее, дает высокий эффект и позволяет ориентировать программу в нужном направлении, добиваясь максимально возможной в данных условиях гармонизации индивидуального состояния ребёнка.

Региональные и виртуальные специальные программы для семей, детей и подростков готовятся для выездных проектов и для музейных Интернет-сайтов. Выход музеев в регионы России означает серьезные перемены в деятельности организаций куль­туры, расширение географического пространства коммуникаций. Круп­ные региональные проекты последних лет связаны в Санкт-Петербурге с деятельностью Государственного Эрмитажа и Государственного Русского Музея и обращены к липецку, Пскову, Новгороду, Казани, городам Сибири и Урала, Архангельску, Саратову и др. Специальные программы правомер­но рассматривать как универсальный язык, объединяющий людей. Одна из ключевых ролей принадлежит в этом смысле сети Интернет. Главная задача разработчиков специальных виртуальных программ — сохранить произведение искусства, исторический документ как целостный объект, не допустить неостороженого обращения маленьгих детей с ним пользователя-посетителя и в то же время создать уникальный продукт. Авторы таких программ развивают два метода — метод сопоставления и метод выбора. Новые способы экспонирования музейных коллекций создает ряд профессиональных проблем, являющихся оборотной стороной новых технологий. Спорным является момент интерактивного общения с художественным творением, в результате чего возникает возможность произвольного выделения фрагментов и прочего манипулирования с произведением, на что оно по природе своей не рассчитано.

Интернет допускает «объектное» отношение к художественному творе­нию, что прямо противоположно культивируемому подчеркнуто ценност­ному отношению к произведению искусства или историческому памятнику в реальном музее. Интернет сайты требуют специальных разработок, кото­рые не стремились бы просто перевести на язык электронных технологий все имеющиеся формы музейной работы, но развивали бы новые, к кото­рым музеи пока еще только начинают подходить. Множественность интер­претаций в Интернет-среде сменяется мультивоздействием, что означает переход от углубленного восприятия к переживанию суммы внешних впе­чатлений, вызываемых, например, произведением искусства. отношения между зрителем и произведением, которые еще совсем недавно квалифици­ровались, как живой и глубоко личный диалог, теперь трансформируются в поведенческий полилог пользователя с компьютерной картинкой.

Детская специальная программа любого типа представляет собой уникальную научно-исследовательскую разработку и особый вид коммуникации.

В результате анализа рынка музейного образовательного туризма для детей мы делаем ряд выводов: 1) на современном этапе становится всё больше новых разработов для детей, а так же имеется тенденция адаптации «старых» форм музейного туризма для детей разны возрастов. 2) на рынка туризма, а именно в нише работы туристских фирм нашего города, довольно мало программ, ориентированны на «интересное» изучение музейных ресурсов города, однако, на данный момент довольно много предложений появляется непосредственно от самих музеев, что повышает эффективность работы с детьми в рамках музейно-обрзовательного туризма.

# Глава 3. Разработка музейного тура для школьников

# 3.1. Цели, задачи и программа тура

Образовательные программы нового поколения, являются образцом учебной предметности.

При ознакомлении детей с природой, историей, искусством, одновременно решаются три задачи:

-учительная,

- образовательная,

- развивающая.

Учительная задача – это развитие у ребёнка способности видеть красоту окружающей природы, чувства любви к ней и бережного отношения ко всему живому.

Образовательная – обогащение представлений о мире природы, формирование мировоззрения.

Кроме того, знания по истории, природе и искусству, способствуют умственному развитию детей, развитию их логического мышления и речи. Если ребёнок научится любоваться яркими красками неба при закате и восходе солнца, просторами полей, замысловатой формой снежинок, полётом ласточки, у ребёнка разовьётся художественный вкус, выработается способность творчески мыслить, желание приобретать новые знания.

Эти задачи неотделимы друг от друга и решаются в комплексе на любом уроке. Но на уроке экскурсии эта триединая цель более очевидна.

Экскурсии выступают важной формой организации деятельности учащихся в процессе занятия школьников.

Таким образом, стоит отметить, что экскурсии выступают в качестве важной формы активизации познавательной деятельности учащихся, направляя при этом их познавательную деятельность через процесс синтеза, анализа и компонация.

Взаимосвязь и взаимодействие экскурсионных приёмов основываются, прежде всего, на сочетании показа с рассказом, беседой, моторными приёмами. Но в любом из сочетаний пока­за основным методом работы экскурсовода остаётся показ музейных объектов. Как правило, в процессе ведения экскурсии показ должен предшествовать рассказу, то есть быть первич­ным. Приёмы экскурсионного показа имеют свои особенности. По-разному показываются подлинные экспонаты и научно-вспомогательный материал. Различными бывают способы и приёмы - это и разбор экспоната, и его глубокий анализ, и описание либо демонстрация с кратким пояснением, и приёмы сравнения, сопоставления, аналогии, контраст.

Музей - место, где хранятся и экспонируются предметы культуры, быта, истории, искусств. Это место, куда приходят люди, чтобы увидеть, узнать что-то редкое, то, чего не увидишь каждый. Это хранилище человеческой памяти. В музей люди приходят, чтобы прикоснуться к чему-то святому, чему-то дорогому, к тому, что хочется запомнить. В музее всё особенное: и экспонаты, и обстановка. И вести себя нужно не так, как можно вести себя на улице или дома. К сожалению, школьник, даже живущий в столице, не часто ходит в музеи. И тем самым лишается возможности приобщаться к этой стороне культуры народа. А что если музей «принести» ребёнку, поместить его в стенах школьного учреждения? Но такой музей должен обязательно обладать целым рядом особенностей, чтобы стать интересным и приятным для него. В нашем школьном учреждении организованно два музея: «Народные умельцы» и музей «Путешественника».

В музее, прежде всего, следует собрать экспонаты, которые позволят ребёнку больше узнать о своём и других народах, их быте, искусстве, народном творчестве, костюмах, игрушках, орудиях труда, о природе и достопримечательностях. Предлагая ребёнку такие экспонаты, мы стремимся развивать в нём познавательные интересы, социальные чувства и на их основе закладывать основы патриотизма и толерантного отношения к людям других национальностей.

Второй особенностью музеев в школьном учреждении является то, что каждый экспонат музея доступен ребёнку. Он может его не только рассматривать, но и трогать. Школьнику свойственно познавать мир посредством органов чувств. Ему недостаточно лишь увидеть что-то глазами, он больше и лучше запоминает, когда дотронется до вещи, возьмёт её в руки, может быть, подвигается с нею. Увеличивается полнота восприятия, прочность запоминания. Поэтому, приходя в музей, дети, конечно, с помощью воспитателя имеют возможность взять с полки заинтересовавший их предмет и рассмотреть его и даже поиграть, например, посвистеть в свистульку, сложить матрёшку, примерить на себя украшения из сундучка.

Работа в музее очень увлекает детей, она естественно стимулирует их творческую мысль, укрепляет и развивает познавательные интересы детей. Все названные особенности делают музей своим для ребёнка.

Музей путешественника формирует у детей представление о Земле, жизни людей на Земле, таким образом, развивает планетарное мышление школьников.

Дети посещают музеи систематически, они их хорошо знают, ориентируются в них свободно, но экспозиции музея не остаются стационарными, они постоянно обновляются, дополняются тематическими выставками, насыщаются новым содержанием.

*Разработка тура для иногородних школьных групп:*

Школьные группы принимаются, начиная с 8 лет, из расчета одна группа: 10-15 школьников + 2 сопровождающих взрослых на группу (не более) + родители по желанию.

Можно заказать экскурсионное обслуживание для нескольких групп на один день, которые отправляются на экскурсии с разными экскурсоводами друг за другом с интервалом 15 или 30 минут в зависимости от темы.

Стоимость экскурсионного обслуживания на одну группу составляет 1580 р. + в день экскурсии для всех необходимо приобрести входные билеты.

Многие экскурсионные темы идут с интервалом 30 минут между группами. Длительность экскурсий для школьников, в среднем, 60 минут.

1 день.

Встреча группы. Завтрак.

Проведение с детьми игрового занятия «Что такое экскурсия в музей?» (приложение 1).

Обзорная экскурсия по городу «Символы Санкт-Петербурга» с осмотром главных достопримечательностей Северной Столицы – Невский проспект, Адмиралтейство, Стрелка Васильевского Острова, Здание 12 коллегий, Кунсткамера, Медный Всадник, Здание Сената и Синода, Исаакиевский собор, памятник Николаю I, Зимний дворец, Спас-на-Крови, Марсово Поле, Михайловский замок, Летний Сад, Петропавловская крепость, домик Петра, крейсер «Аврора».

Обед в столовой (предварительное бронирование)

Размещение в гостиничном комплексе "На Боровой"

Экскурсия в Океанариум.

Участие в тематических экскурсиях и занятиях. Посещение «Шоу с тюленями» и «Шоу с акулами». Участие в конкурсе по популяризации биологических знаний «Большая Регата». Конкурс «Большая регата» — городской межмузейный конкурс-путешествие, организованный по инициативе океанариума при участии музеев и образовательных организаций города Санкт-Петербурга. Конкурс посвящен морским путешествиям, географическим открытиям, биологии морей и океанов, истории кораблестроения. Конкурс проводится в течение учебного года для школьных и семейных команд, которые, посещая музеи, выполняют разнообразные задания.

2 день.

Завтрак в гостинице.

Экскурсия в Русский музей – крупнейшая коллекция русской живописи, собранная в бывшем великокняжеском особняке (дворце Михаила Павловича).

Обед столовой (предварительный заказ)

Экскурсия в Планетарий. Посещение «Звездного зала», «Космического путешествия», «Лаборатории занимательных опытов», а так же выставки «Динозавры» на 3-ем этаже.

После экскурсии отдых в кафе на 1 этаже Планетария. Детям подается чай с выпечкой.

Ужин в гостинице. Свободное время

3 день.

Завтрак в гостинице. Сдача номеров.

Экскурсия в Ботанический сад Петра Великого. Посещение Японского Сада и Чайного Домика. Кимоно-шоу. Дегустация японского чая

Для того, чтобы попасть на это мероприятие, петербуржцам достаточно приобрести парковый билет. Стоимость взрослого - 50 Р., детского - 20 Р. Фотосъемка в парке бесплатна.

Обед столовой (предварительный заказ)

Сбор группы. Трансфер до вокзала

В стоимость входит:

- проживание в гостинице выбранной категории;

- питание - полупансион (завтрак и ужин);

- экскурсии по программе – обзорная, Океанариум, Русский музей, Планетарий, Ботанический Сад Петра Великого.

- сопровождение гида.

# 3.2. Экономический анализ тура и его социальная эффективность

Нами разрабатывается трехдневный музейный тур для школьников. Заезд каждый вторник, период ослуживания май-сентябрь. В соответствии с разработанным маршрутом и графиком обслуживания формируется пакет услуг. В пакет услуг будут входить следующие услуги: перевозка, размещение, питание, экскурсии, сопровождение воспитателей. Все указанные услуги представляют собой различные предприятия индустрии туризма. Все предприятия, участвующие в обслуживании туристов во время путешествия называются поставщиками услуг.

Экономическое обоснование стоимости тура:

Расчет стоимости тура «Музейный Петербург для школьников (5-7 лет)»:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Категория номера | взрослые | дети |
| 2-х местный | 7 500 | 6250 |
| 2-х местный ЛАЙТ\* | 6 900 | 5 150 |

В стоимость включено: проживание в гостинице, питание: 1 детский завтрак в кафе, 2 завтрака в гостинице (детское меню), 3 обеда в кафе, экскурсионное обслуживание, входные билеты в музеи (соответствующие программе), автобус, услуги гида – сопровождающего, гида – экскурсовода, медицинская страховка

Размещение: Комплекс открыт в 2009 году и постоянно обновляется и расширяется, для удобства клиентов.

Расположение - центр Петербурга: 5-10 минут пешком от станции метро "Обводный канал". Комплекс состоит из:

Хостел на Боровой - это 4-5-6-8-местные комнаты с удобствами на этаже.

Экономичный корпус на Боровой - это 2-местные номера с удобствами на блок из 5 номеров.

На территории есть уютное кафе, где проходят завтраки, обеды и ужины туристов.

Рекомендуется для групп школьников.

Адрес: Санкт-Петербург, Боровая улица, 104, литера д.

Расчет тура:

Проживание + Питание + Транспортные услуги + Экскурсионная программа + Трансфер = Калькуляция себестоимости тура на человека из расчета группы в 10 человек.

Произведем расчет стоимости тура в СПб на экскурсии в музеи СПб.

На основании информации о стоимости проживания в гостичном комплексе в номере DBL+ ВВ рассчитаем в рублях стоимость тура «Музейные экскурсии» (3 дня) на одного человека в составе группы 10 человек.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Статьи расходов | | Единицы измерения | | Количество | | | Итого |
| Расчёт произведён на группу 10 человек+ 2 воспитателя+ 1 гид+1 водитель | | | | | | |  |
| 1.Транспорт | |  |  |  |  | |  |
| Аренда |  | дни, | Рубли | 3 | 10 000,00р. | | 30 000,00р. |
| Топливо |  |  |  |  |  | |  |
| (расход-30л/100км, | | Литры | Рубли | 30 | 33,00р. | | 990,00р. |
| общий километраж- | |  |  |  |  | |  |
| 40км) |  |  |  |  |  | |  |
| Парковка |  | Дни | Рубли | 3 | 100,00р. | | 300,00р. |
| 2.Экскурсионное | | Обслуживание | |  |  | |  |
| Гид |  | Дни | Рубли | 3 | 1 300,00р. | | 3 900,00р. |
| Оплата воспитателям |  | Дни | Рубли | 3 | 1 500, 00 р. | | 4500,00р. |
| Промежуточный | |  |  |  |  | |  |
| итог |  |  |  |  |  | | 8000 р. |
| Общие групповые расходы, на человека: | | | |  |  | |  |
| 8000,00р. | :10 чел. |  |  |  |  | | 800,00р. |
|  |  |  |  |  |  | |  |
| 3.Входные билеты | | на Музейные экскурсии | |  |  | |  |
| Билет на экскурсии | |  | Рубли | 3\*10\*350 |  | | 10500,00р. |
| Промежуточный итог: | | |  |  |  | | 10500,00р. |
| Билеты для гида, на человека | | |  | 1 |  | | 900,00р. |
|  |  |  |  |  |  | |  |
| 3.Проживание + питание | | Ночи | Рубли | 3 | 2500,30р. | | 7500,90 р. |
| 4. Проживание воспитателей |  |  |  |  | 7500,00 р. | |  |
|  |  |  |  |  |  | |  |
| Итого: |  |  |  |  |  | | 9132 р. На человека |
| Рентабельность 20% | |  |  |  |  | | 1734,8р. |
| Стоимость путёвки составит | | |  |  |  | 1848,8р. | | |

Расходы на реализацию проекта были предусмотрены в объеме 10 980,8 руб. на человека в ценах 2014 года.

В системе методических рекомендаций по продвижению нового туристского продукта лежат в первую очередь маркетинговые средства.

Основные задачи и проблемы, решаемые в данном проекте:

- продвигать новые туристские маршруты;

- создание нового образа кампании, ассоциирующего с интересными предложениями по организации содержательных туров;

- применение новых инновационных методов продажи туров, привлечение внимание со стороны региональных представителей турфирм;

- продвижение нового бренда туристской кампании.

Cредства по продвижению тематического тура «Музейные экскурсии для школьника» включают следующие компоненты:

Во-первых, это средства печатных СМИ: составление специализированных статей; печать рекламных листовок и модулей в специализированных справочниках (федерального и региональных); написание и продвижение пресс-релизов, информационных статей в журналах и газетах.

Во-вторых, изготовление сувенирной продукции: брелков; изделий из дерева, ткани; изделия народных промыслов и т.д.

В-третьих, разработка оригинальной рекламной продукции: визиток, почтовых карточек, брошюр, раздаточных материалов и т.д.

В-четвертых, организация PR кампаний: продажа купонов; создание специализированных предложений; рекламных туров.

Особое внимание следует уделить продвижению самой концепции привлекательности Санкт-Петербурга.

В России более 750 малых городов, в них проживает две трети населения страны. Возможно, эти города и станут новым этапом в развитии отечественного туризма, ведь большинство чрезвычайно выгодно расположены.

Средства распространения информации:

* Реклама в прессе
* Печатная реклама
* Аудиовизуальная реклама
* Радио- и телереклама
* Печатная реклама
* Аудиовизуальная реклама
* Рекламные сувениры
* Прямая почтовая реклама
* Наружная реклама
* Интернет
* К основным задачам PR сообщения относятся:
* Осведомленность
* Изменение отношения
* Изменение склонности (предпочтения)

Многократный анализ современных проблем, изучение отечественного и зарубежного опыта, позволит получить комплексное представление о путях развития туристской деятельности через четкую *систему управления и развития туризма в городах*. Всем известно, что туризм относится к высоко ликвидной отрасли, то есть отрасли с быстрой отдачей. Однако, как показывает практика, в России вклад туризма в национальную экономику явно недостаточен, что обусловлено не только слабыми инвестиционными возможностями перевода туризма на качественно новый уровень, сколько состоянием существующей системы управления.

С образом Санкт-Петербурга как центра культурно-исторического в наи­большей степени связан и его образ как «города-мировой культуры». Но сохранение культурно-исторического наследия, вовле­чение его в оборот, поддержание и развитие культурных процессов, прежде всего, требует существенных затрат на реставрацию, поддержку и инициирование. Поэтому первостепенной задачей становится определение приори­тетов развития сферы культуры города, тщательный их отбор и включение в оборот живой культуры. Иначе го­воря, реализация этой идентификации города возможна только в сочетании с определением — кому, какая и по какому поводу культура Санкт-Петербурга нужна. Причем, желательно в сочетании с новыми образам города.

И во-вторых, в нынешних условиях сфе­ра культуры Санкт-Петербурга оказывается главным приоритетом социально-экономического развития города. Культура впервые в истории города из вторичного феномена стано­вится центральным градообразующим комплексом. Она не может развиться «после» экономического оживления и политической стабилизации в стране и регионе. Наобо­рот, без поддержки и развития культуры малореальными оказываются и сохраняющие перспективу традиционные функциональные образы города.

И в-третьих, на этой основе возможен поиск новых функциональных образов Санкт-Петербурга, в том числе являющихся синтезом и трансформацией традиционных идентификаций.

Реализация плана предложенных рекламных мероприятий может выглядеть следующим образом:

1. Наружная реклама на сегодняшний день является одной из самых масштабных по количеству потребителей. Размещение информационных стендов, и щитов, в аэропорту, а также вокзалах.

Создание рекламной программы для больших щитов проводится по следующей методике. Минимальный срок размещения крупноформатных плакатов (6x3), возможный на нашем рынке- - 3 месяца, но это не является максимальным для одного типа плаката.

2. Применение PR – технологий.

- Подбор информационного материала, для написания статей, рекламного содержания, рассказывающие о воспитании школьников средствами музеев

- Поиск специализированных изданий

- Разработка эффективной схемы распространения газет

3. Direct маркетинг

1. Создание базы данных, в первую очередь из постоянных клиентов, впоследствии внося постоянные дополнения
2. Написание пресс-релиза для рассылки.

4. Участие в туристских выставках. Реклама на туристской выставке является одним из важнейших средств осуществления связи между производителем и потребителем, возможностью заявить о себе, наилучшим способом налаживания деловых контактов.

Маршрут строится по принципу наиболее правильной последовательности осмотра объектов и намечается с учетом следующих требований:

– показ объектов следует проводить в определенной логической последовательности, не допуская ненужных повторных проездов по одному и тому же участку маршрута (улице, площади, мосту, шоссе), т. е. так называемых «петель»;

– наличие доступности объекта (площадки для его осмотра);

– переезд или переход между объектами не должен занимать 10-15 минут, чтобы не было слишком длительных пауз в показе и рассказе;

– наличие благоустроенных остановок, в том числе санитарных и мест парковки транспортных средств.

Рекомендуется к моменту проведения экскурсии иметь несколько вариантов движения группы. Необходимость изменения маршрута в ряде случаев вызывается транспортными «пробками», ремонтными работами на городских магистралях. Все это должно быть учтено при создании различных вариантов маршрута.

Объезд (обход) маршрута является одним из важных этапов разработки новой экскурсионной темы. При организации объезда (обхода) маршрута ставятся задачи:

1) ознакомиться с планировкой трассы, улицами, площадями, по которым проложен маршрут;

2) уточнить место, где расположен объект, а также место предполагаемой остановки экскурсионного автобуса или пешеходной группы;

3) освоить подъезд на автобусе к объектам или местам стоянок;

4) провести хронометраж времени, необходимого для показа объектов, их словесной характеристики и передвижения автобуса (пешеходной группы), а также уточнить продолжительность экскурсии в целом;

5) проверить целесообразность использования намеченных объектов показа;

6) выбрать лучшие точки для показа объектов и варианты расположения экскурсионной группы;

7) выбрать методику ознакомления с объектом;

8) в целях безопасности передвижения туристов по маршруту выявить потенциально опасные места и принять меры.

В качестве итога, следует подчеркнуть следующие моменты, в рамках реализации тура «Музейные экскурсии для школьника» приемы продвижения реализованы таким образом, чтобы обеспечить достижение главных маркетинговых целей: обеспечение информации об инновационном подходе, к подаче материала о туре, в частности подчеркнуть литературную и тематическую основу содержания маршрута.

Заключение

Комплексное исследование туризма доказала взаимосвязь туристской деятельности и эффективности работы современного музея. Экскурсия незаменимый источник информации для знакомства с историческим наследием музея.

На основе теоретического анализа, ряда исследовательских работ, посвященных изучению специфики туристского экскурсионного продукта, можно заключить следующий вывод, о том, что разработка тематического тура, это многоступенчатый процесс, требующий комплексного системного анализа современной туристской деятельности в целом.

Тематический тур предполагает наличие содержательной экскурсионной программы, подчиненной единой основой. Прямая зависимость повышения спроса на качественный экскурсионный продукт предопределила развитие целого направления в туризме, исходной точкой которого стало литературное повествование, организованного в рамках тура.

Развитие школьного туризма позволит, с одной стороны, привлечь к туризму и к занятиям физической культурой огромный контингент населения школьников, заинтересованных новым для них, полезным занятием и организовать их досуг оптимальным образом с предоставлением возможности совмещать познание нового с воспитание и оздоровлением.

Впервые дано определение школьному туризму как «...временным перемещениям школьников с родителями, родственниками или без них с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных и спортивных или иных целях».

Кроме того, впервые приведена классификация школьного туризма, позволяющая охарактеризовать его виды по целям путешествия, по организационной структуре, а также, туризм школьников с целями физического воспитания.

Выявлены особенности школьного туризма. К ним относятся:

* определение родственников как попечителей и спонсоров в одном лице;
* оценка причин положительного отношения родственников к школьному туризму, в том числе: расширение мировоззрения школьника, увеличение объёма его знаний, возможность оценить семью и дом с новых жизненных позиций, знакомство с укладом жизни других людей и сравнение со свои укладом жизни, смена привычной обстановки и др.;
* оценка причин отрицательного отношения родственников к школьному туризму, в том числе: тревога о безопасности школьника, невозможность помочь ребёнку или повлиять на его настроение, отсутствие постоянной связи, длительное пребывание среди чужих людей, нестабильность обстановки в мире;
* положительное отношение родственников к школьному туризму с целями физического воспитания;
* положительное отношение родственников к индивидуальному школьному туризму;
* заинтересованность родственников в обучении школьников основам туризма.

Разработаны и представлены восемь принципов организации школьного туризма, в том числе:

* принцип единства школьников и их родителей;
* принцип безопасности в туристском путешествии;
* принцип учёта типов школьников;
* принцип разновидности туризма с целями физического воспитания;
* принцип разнообразия туристских маршрутов;
* принцип предпочтения в выборе мест путешествия;
* принцип адресной рекламы туристских путёвок;
* принцип обучения основам туризма.

Установлено, что организация школьного туризма на базе выявленных особенностей и практических рекомендаций под руководством подготовленных специалистов позволит привлечь к участию в туризме большое количество школьников, и решать с помощью этого основные задачи физического воспитания: укреплять здоровье школьника, повышать уровень двигательной активности, формировать положительные нравственные качества и расширять его кругозор, вооружать новыми знаниями. Всё это будет способствовать достижению основной цели физического воспитания - всестороннему гармоничному развитию личности ребёнка.

Разработан тур в Санкт-Петербург на 3 дня стоимостью 10 908,8 руб. При формировании группы в 10 человек мы уменьшим расходы на работу гида и трансферт. Тур будет выгоден конечному потребителю и организатору тура.

Данный тур можно проводить каждую неделю. За счёт проведения PR кампании будут реализованы следующие цели: расширение доли рынка этнического туризма; проведение активной рекламной атаки на потребителя; развитие системы стимулирования сбыта, повышение эффективности рекламы; концентрация усилий на корпоративных и постоянных клиентов; повышение имиджа и репутации; гибкая системы оплаты с клиентами; удержание своих позиций на рынке.

Список литературы

1. Постановление Правительства РФ от 17 декабря 2013 г. № 1177 “Об утверждении Правил организованной перевозки группы детей автобусами”
2. «Музейная педагогика», под редакцией А.Н.Морозовой,О.В.Мельниковой, Творческий центр, Москва, 2012г.
3. «Проектный метод в деятельности школьного учреждения». Пособие для руководителей и практических работников ДОУ. Автор- составитель: Л.С.Киселева, Т.А. Данилина, Т.С. Лагода, М.Б. Зуйкова. М, АРКТИ 2006г.
4. 5. Н.А.Рыжова Л.В., Логинова, А.И. Данюкова «Мини-музей в детском саду», Москва, «Линнка-Пресс», 2012 г.
5. Абдурахманов Ш.М. Организационно-экономические основы развития туризма в регионе: автореф. дис. канд. экон. наук. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2012. – 236 с.
6. Барабанова Н.А. Информационное сопровождение туристской деятельности. - М.: Литера, 2011. – 160 с.
7. Биржаков М.Б. Введение в туризм. - СПб.: Герда, 2011. - 192 с.
8. Биржаков М.Б. Основы агентских отношений в туризме // Туристские фирмы. Правовое обеспечение международного туризма. – 2012. – № 8. – С. 101-117.
9. Богданова С. Подарим детям каникулы. - М: Эксмо, 2011. - 231 с.
10. Бойко А.Е. Формирование туристских кластеров как инструмент развития внутреннего туризма в России // Власть и управление на Востоке России. – 2009. - № 2 (47). – С. 224-229.
11. Бутко И. И. Маркетинг в туризме. — М.: Дашков и К°, 2009. — 416 с.
12. Волошин Н.И. Международный туризм: Правовые акты. - М.: Финансы и статистика, 2012. - 400 с.
13. Дрогов И.А. Подготовка инструкторов детско-юношеского туризма. - М., 2004. – 525 с.
14. Евдокимова Е.С. «Технология проектирования в ДОУ». М, ТЦ Сфера, 2006 г.
15. Ельцова Т.М. Школьный туризм - дело государственное // Тур. фирмы: справочник. - 1997. - № 13. - С.31-36.
16. Емельянова Б.В. Экскурсионное дело. - СПб: СПБ Государственный Университет культуры и искусств, 2012. – 343с.
17. Жолдак В.И. Основы менеджмента в спорте и туризме. Т. 1. Организационные основы. - М.: Советский спорт, 2001. - 288 с.
18. Зельдович Б. 3. Как завоевать и удержать клиента в туристском бизнесе. - М.: Аспект Пресс, 2008. - 135 с.
19. Зорин И.В. Энциклопедия туризма. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 368 с.
20. Кабушкин Н.И. Менеджмент в туризме. - Минск: БГЭУ, 2008. – 644 с.
21. Квартальнов В.А.: Туризм: теория и практика. - М.: Финансы и статистика, 2007. - 352 с.
22. Козлова Ю.В. Туристский клуб школьников. – М.: Юрайт, 2004. – 655 с.
23. Константинов Ю.С. Педагогика школьного туризма. - М.: Эксмо, 2012. – 127 с.
24. Королев М. Норвегия: Путеводитель. - М.: ФАИР, 2006. — 202 с.
25. Кочеганова С. Ю. Вопросы интеграции туристских систем // Вопросы интеграции туристских систем. - 2008. - № 4. – С. 117-129.
26. Куликов В.М. Школьный туризм // Вестник детско-юношеского туризма в России. – 1997. - № 3 (23). – С. 42-49.
27. Линчевский Э. Э. Типология и психология туризма. - М. : Советский спорт, 2008. - 272 с.
28. Лобанов Ю.Н. Отдых и архитектура. Будущее и настоящее. – Л.: Стройиздат, 2002. – 200 с.
29. М.В.Тихонова, Н.С.Смирнова, «Красна изба…» (знакомство детей с русским народным искусством, ремёслами, бытом в музее детского сада), Санкт – Петербург, Изд. «Детство – пресс», 2013 г.
30. Международный маpкетинг / под ред. Г.А. Васильева. - M.: ЮHИTИ-ДAHA, 2009. - 199 c.
31. Методические рекомендации по организации туристско-краеведческой работы в образовательном учреждении. - 2008. – 48 с.
32. Морозова Л.Д. «Метод проектов в деятельности ДОУ». Ж. «Детский сад от А до Я». М., 2006 г. № 2
33. Мохова Ю. А., Мохов Г. А. Турфирма: с чего начать, как преуспеть. — СПб.: Питер, 2009. — 240 с.
34. О.Л.Князева, М.Д. Маханева, «Приобщение детей к истокам русской народной культуры», Санкт – Петербург, Изд. «Детство – Пресс», 2012г.
35. Пантелеева Л.В. «Музей и дети», Изд. дом «Карапуз», Москва 2012г.
36. Погодина В.Л. Особенности использования метода проектов в организации познавательного туризма // Научно-методическая работа. - 2009. - № 11. – С. 56-65 .
37. Преображенский В. С. Теоретические основы рекреационной географии. - М.: Наука, 2011. – 321 с.
38. Романов В.А. Гостиничные комплексы. Организация и функционирование. — М.: МарТ, 2007. — 224 с.
39. Саламатина В.С. Транснационализация как тренд развития туристского рынка: исторические формы и современная отраслевая специфика // Вестник ДГТУ. - 2010. - № 7 (50). – С. 44-49.
40. Самойленко А. А. География туризма. – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 187 с.
41. Себекина Т. Роль маркетинговых коммуникаций в продвижении дестинаций // Маркетинг услуг. - 2007. - № 4. – С. 50-66.
42. Сенин B.C. Организация международного туризма. - М.: Финансы и статистика, 2001. – 156 с.
43. Скобкин С.С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма. - М: Магистр, 2007. – 493 с.
44. Сорокина А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах. - М: Инфра-М, 2006. – 304 с.
45. Туризм и отдых в Приморском крае: стат. сб. / под ред. В.Ф. Шаповалова. – Владивосток: РОССТАТ, 2005. – 60 с.
46. Туризм и туристские ресурсы в Приморском крае: комплексн. сб. /под ред. В.Ф. Шаповалова. – Владивосток: РОССТАТ, 2008. – 140 с.
47. Черевичко Т.В. Теоретические основы гостеприимства. - М.: Флинта: МПСИ, 2008. - 288 с.
48. Экономика и управление туристской деятельностью / под ред. Г.А, Карповой. - СПб: СПбГУЭФ, 2011. – 344 с.
49. Яковлев Г. А. Экономика гостиничного хозяйства. - М.: РДЛ, 2007. - 328 с.
50. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. [электронный ресурс] – режим доступа http://www.gks.ru , свободный. Загл. с экрана.
51. Официальный сайт комитета по Культуре Администрации Санкт-Петербурга <http://www.spbculture.ru>
52. Пиотровскому не понравился вид второй сцены Мариинки <http://lenta.ru/news/2013/02/05/mariinsky/>
53. "Деловой Петербург". http://www.dp.ru/a/2013/05/24/Nekrasivie2013\_CHtobi\_ne/

Приложение

Экскурсия для детей среднего школьного возраста «Знакомство с музеем».

Цель: Познакомить детей с понятием «музей», «экспонаты», «экскурсовод», с правилами поведения в музее. Рассказать о цели создания музея и о его назначении. Учить классифицировать предметы по общему признаку. Закреплять умение анализировать и обобщать представления об отдельных экспонатах, полученные в ходе музейного экспериментирования.

1 часть (проходит в помещении группы) Вступительная беседа с детьми, которую проводит учитель.

Учитель: Ребята, сегодня я хочу вас пригласить в музей нашей школы. Что же такое музей? (*Ответы* детей, *которые учитель выслушивает и обобщает)*. Это дом, где собирают, хранят и показывают и показывают красивые, старинные или просто интересные предметы: картины, игрушки, ткани, книги и многое другое.

А как вы думаете, для чего люди создали музеи? (Ответы детей). У каждого человека есть вещи, которые ему особенно дороги: любимые книги, необычные находки, сувениры и т.д. Людям всегда хотелось сохранить что-то на память, чтобы потом показать своим детям, внукам, знакомым и друзьям. Например, одни собирают картины, другие редкие книги, третьи - красивую посуду, а четвёртые – игрушки. Большое количество каких-то предметов называется коллекцией.

*(Учитель демонстрирует коллекцию значков и марок)*

Учитель: У кого из вас есть дома коллекции? *(Выслушивает ответы детей)*

Учитель: Кому вы показываете свою коллекцию? (*Ответы* *детей*, *которые учитель выслушивает и обобщает)*.

Коллекции находились в доме у тех, кто их собирал, и их могли увидеть немногие. И тогда люди стали размещать свои коллекции в специальных зданиях, которые и назвали МУЗЕЯМИ. Сюда может прийти любой желающий и посмотреть на ЭКСПОНАТЫ. Музей может быть посвящён одному предмету. Например: музей часов, музей кукол, музей картин, а может содержать и много коллекций. Тогда их размещают в специальных ЗАЛАХ, чтобы ПОСЕТИТЕЛЯМ музея было удобнее рассматривать экспонаты.

О каждом музейном экспонате вам сможет рассказать специальный работник – экскурсовод. Сегодня Вашим экскурсоводом буду я. И попрошу вас выполнять обязательные правила поведения для посетителей музея в нашей школе:

1. *Не перебивать экскурсовода и задавать свои вопросы только по окончанию экскурсии.*

*2. Не все экспонаты в нашем музее можно трогать руками.*

Как вы думаете, почему мы ввели для посетителей такое правило? *(Ответы* детей, *которые учитель выслушивает и обобщает)*. Некоторые экспонаты очень хрупкие и они могут поломаться или даже разбиться при неосторожном обращении и их красоту больше никто не увидит.

*( Учитель демонстрирует детям пример небрежного обращения с экспонатом - можно взять для примера обычную салфетку или пергаментную бумагу).*

Теперь вы готовы к посещению музея, и я рада пригласить вас на ЭКСКУРСИЮ.

2 часть (проходит в помещении музея)

- Знакомство с экспозицией музея.

- Музейное экспериментирование. (Определить на ощупь материал, из которого сделан экспонат, высказать предположение и о его назначении).

Рекомендации педагогам по последующей работе с детьми:

1)Провести беседу – диалог «Наше первое посещение музея». Узнать о впечатлениях детей, закрепить новые правила и словарные понятия.

-Что такое музей?

-Как называется музей, который вы посетили?

- Сколько залов в музее нашего детского сада

-Какие коллекции вы видели в музее?

-Что такое экспонаты?

-Какие существуют правила поведения посетителей в музее.

- Кто рассказывает нам об экспонатах в музее?

-Что вам больше всего понравилось в музее?

1. Юренева Т. Ю. Музей в мировой культуре. — РУССКОЕ СЛОВО-РС, 2003. — 536 с. [↑](#footnote-ref-1)
2. Сапанжа О.С. Методология теоретического музееведения. – СПб., 2008. – С. 31 [↑](#footnote-ref-2)
3. Шляхтина Л.М. Детский музей в глобальном мире// Воспитание патриотизма, гражданственности и политической культуры средствами музейной коммуникации. Материалы всероссийской научно-практической конференции (к 10-летию Детского исторического музея). 12-14 апреля 2004 года.- СПб., 2004.- с.30-37. [↑](#footnote-ref-3)
4. Шляхтина Л.М. Мастеница Е.Н. Музей и турист: управление процессом межкультурной коммуникации// Менеджмент. Наука. Образование. Культура. Сб. научных трудов СПбГУКИ. Том 155.- СПб.: СПбГУКИ, 2003.- с. 194-209. [↑](#footnote-ref-4)
5. Уилл Л. Музеи как информационные центры// Museum, 1994.- №3.- С. 20-25. [↑](#footnote-ref-5)
6. Пушкарев В. Г. «Опережая время» (о деятельности первого этнографического театра) // Известия РГПУ им. А.И. Герцена . 2010. №120. [↑](#footnote-ref-6)
7. Трофимова Р.А. Музеология и социология: основные направления взаимодействия// Музеология как основа единства и культурного разнообразия. Тезисы докладов XXV международного симпозиума совета музеев (ICOM) ЮНЕСКО, международного комитета по музеологии (ICOFOM). Белокуриха – Барнаул, 9-14 сентября 2003 г.- Барнаул, 2003.- с. 9-11. [↑](#footnote-ref-7)
8. Столяров Б.А. Соколова Н.Д. Алексеева Н.А. Основы экскурсионного дела. Учебное пособие для студентов педагогических вузов.- СПб, 2012. [↑](#footnote-ref-8)
9. Столяров Б.А. Культура и музей на пороге XXI века// Образовательная деятельность художественного музея. Труды Российского центра музейной педагогики и детского творчества. Выпуск VII.- СПб., 2002.- с.6-15. [↑](#footnote-ref-9)
10. Гордин В.Э., Матецкая М.В.Культурный туризм как стратегия развития города: поиск компромиссов между интересами местного населения и туристов. - [Электронный ресурс] - Ре­жим доступа: [www.hse.ru/data/779/478/1239/Шatetskaya\_Gordin\_статья\_2.doc/](http://www.hse.ru/data/779/478/1239/%d0%a8atetskaya_Gordin_%d1%81%d1%82%d0%b0%d1%82%d1%8c%d1%8f_2.doc/) [↑](#footnote-ref-10)
11. Романчук В.А.Музейный туризм. Учебно-методическое пособие. - Санкт-Петербург, 2010 - [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://history.spbu.ru/userfiles/Romanchuk.PDF> [↑](#footnote-ref-11)
12. Википедия - свободная энциклопедия. Музей NEMO - [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D1%83%D0%B7%D0%B5%D0%B9_NEM0> [↑](#footnote-ref-12)
13. Музей НЕМО. - [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.garkushevo.ru/09_062_Amsterdam.htm> [↑](#footnote-ref-13)
14. Мастеница Е.Н. Музей в современной социокультурной ситуации. - [Электронный ре­сурс] - Режим доступа: <http://tatar.museum.ru/mat/4_tes_02.htm> [↑](#footnote-ref-14)
15. Захарченко И.Н.Художественный музей как храм современной культуры. - [Электрон­ный ресурс] - Режим доступа: <http://sociologist.nm.ru/articles/museum.htm> [↑](#footnote-ref-15)
16. Колодий Н.А.Новая экономика-экономика впечатлений. Институт истории, международ­ных и социальных исследований Ольборгского университета,2010. -329с. [↑](#footnote-ref-16)
17. Музей искусств Милуоки. - [ Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://lifeglobe.net/entry/1255> [↑](#footnote-ref-17)
18. Международные новости на КР1.Филиал современного искусства им. Помпиду открылся в Метце. - [ Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.russian.rfi.fr/frantsiya/20100511-> filial-muzeya-sovremennogo-iskusstva-im-pompidu-otkrylsya-v-mettse/ [↑](#footnote-ref-18)
19. Архитектурное сообщество, дизайнерские ресурсы. Новый филиал центра Помпиду вне Парижа. -[Электронный ресурс] -Режим доступа: <http://rdh.ru/architecture/public-projects/294-novyj-> filial-centra-pompidu-vn-parizha.html [↑](#footnote-ref-19)
20. Весь мир как на ладони. Музей Эрмитажа-Гуггенхайма в Вильнюсе. - [ Электронный ре­сурс] - Режим доступа: <http://lifeglobe.net/entry/1279> [↑](#footnote-ref-20)
21. Постановление Правительства РФ от 17 декабря 2013 г. № 1177 “Об утверждении Правил организованной перевозки группы детей автобусами” [↑](#footnote-ref-21)
22. Кокшайская, О. Н. Эстетические аспекты экскурсии по исторической экспозиции [Текст] / О. Н. Кокшайская // Воспитание подрастающего поколения в музее: теория, методика, практика : сборник науч. тр. – Москва : Логос, 2009. – С.81-89. – С. 47; Столяров Б.А. Бойко А.Г. Концепция педагогического взаимодействия художественного музея и системы образования// Художественный музей в образовательном процессе.- СПб.: Специальная литература, 1998.- с. 170-201; Столяров Б.А. Музейная педагогика – профессия// Музей и образование. Сборник научных трудов.- СПб., 1999.- с.93-98.; Столяров Б.А. Педагогика художественного музея: от истоков до современности.- СПб.: СпецЛит, 1999 и пр. [↑](#footnote-ref-22)
23. Артемов, Е. Г. Социальные функции современного музея исторического профиля [Текст] / Е. Г. Артемов // Теория и практика музейного дела в России на рубеже XX - XXI веков. – Москва : Экос, 2001. – Вып. 127. – С. 99-105.  [↑](#footnote-ref-23)
24. Емельянов, Б. В. Экскурсоведение [Текст] : учебник / Б. В. Емельянов. – Москва : Сов. Спорт, 2007. – 216 с. – С. 84 [↑](#footnote-ref-24)
25. Галкина, Т. В. Музейная педагогика: опыт инновационной деятельности в музее Томского государственного педагогического университета [Текст] / Т. В. Галкина // Вестник ТГПУ. – Томск : Изд-во ТГПУ, 2011. – Вып. 10 (112). – С.89-93. [↑](#footnote-ref-25)
26. Галкина, Т. В. Музейная педагогика : коммуникативный феномен экскурсии как базовой музейно-педагогической формы [Текст] / Т. В. Галкина // Вестник ТГПУ. – Томск : Изд-во ТГПУ, 2010. – Вып. 4 (94). – С.63-76. [↑](#footnote-ref-26)
27. Акулич, Е. М. Тобольский музей как социокультурный центр региона [Текст] / Е. М. Акулич // Ежегодник Тобольского музея-2002. – Тобольск : Типография ООО «Тобольск-Нефтехим», 2003. – С. 7-9.  [↑](#footnote-ref-27)
28. Емельянов, Б. В. Профессиональное мастерство экскурсовода [Текст] : учеб. пособие / Б. В. Емельянов. – Москва : ЦРИБ «Турист», 1986. – 178 с. – С. 50 [↑](#footnote-ref-28)
29. Пиотровскому не понравился вид второй сцены Мариинки http://lenta.ru/news/2013/02/05/mariinsky/ [↑](#footnote-ref-29)
30. "Деловой Петербург". http://www.dp.ru/a/2013/05/24/Nekrasivie2013\_CHtobi\_ne/ [↑](#footnote-ref-30)
31. Официальный сайт комитета по Культуре Администрации Санкт-Петербурга http://www.spbculture.ru [↑](#footnote-ref-31)
32. Официальный сайт комитета по Культуре Администрации Санкт-Петербурга http://www.spbculture.ru [↑](#footnote-ref-32)
33. Официальный сайт комитета по Культуре Администрации Санкт-Петербурга http://www.spbculture.ru [↑](#footnote-ref-33)
34. Официальный сайт комитета по Культуре Администрации Санкт-Петербурга http://www.spbculture.ru [↑](#footnote-ref-34)
35. Официальный сайт комитета по Культуре Администрации Санкт-Петербурга http://www.spbculture.ru [↑](#footnote-ref-35)
36. Официальный сайт комитета по Культуре Администрации Санкт-Петербурга http://www.spbculture.ru [↑](#footnote-ref-36)
37. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. [электронный ресурс] – режим доступа http://www.gks.ru [↑](#footnote-ref-37)
38. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. [электронный ресурс] – режим доступа http://www.gks.ru [↑](#footnote-ref-38)
39. Официальный сайт комитета по Культуре Администрации Санкт-Петербурга http://www.spbculture.ru [↑](#footnote-ref-39)