

СЕКЦИЯ 2 ЭКСКУРСИОННАЯ И МУЗЕЙНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

УДК 338.48-6:2

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ И ИЗУЧЕНИЯ РЕЛИГИОЗНОГО ТУРИЗМА В КОН- ТЕКСТЕ РЕКРЕАЦИОННОЙ КУЛЬТУ- РЫ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В. Н. ЯКУНИН

*Поволжский государственный
университет сервиса*

Российский регион – это регион, в котором сосредоточены уникальные памятники религии, истории и культуры. Это делает Россию зоной благоприятной для развития такого направления, как религиозный туризм. У населения растет потребность в духовных ценностях, усиливается интерес к памятникам религиозной культуры, жизни церкви, в частности монастырей, ставших важными центрами духовного возрождения. Религия, все глубже проникая в общественные отношения, открывает новые горизонты для туристских обменов.

Для специалистов туристской отрасли чрезвычайно важно не только владеть навыками практической организации поездок туристов, но и иметь четкое представление о том, что такое религия, какие мотивы побуждают людей отправиться в паломничество или на экскурсию по святым местам. Эти знания помогут им лучше осознавать потребности туристов при создании и продвижении тур-продукта, выделять целевые сегменты рынка и т.д. Им необходимо также знание географии религиозных центров, поскольку именно они служат объектами привлечения в данном виде туризма. Опыт показывает, что работающие в туризме не всегда хорошо осведомлены не только о зарубежных, но и о российских святых местах.

Область религиозного туризма представляет собой малоизученное, хотя и важней-

шее направление в туристской деятельности. С научной точки зрения сфера религиозного туризма до недавнего времени была мало кем рассмотрена. Специальной научной литературы по религиозному туризму долгое время не было.

Соборы, мечети, культовые музеи и духовные центры – это туристские объекты, которые пользуются все возрастающим спросом, то есть религиозный туризм в буквальном смысле слова становится частью современной индустрии туризма. Памятники религии, истории и культуры представляют существенную мотивацию посещения того или иного региона или города. Многие религиозные памятники являются объектами туристского показа и находятся под охраной государства. Развитие общемирового интереса к религиозному туризму не обошло и Россию. В нашей стране наблюдается процесс становления туристских фирм по организации религиозных паломнических туров, а также некоторых паломнических служб, организованных при монастырях, церквях и других религиозных организациях. За последнее десятилетие в России значительно увеличилось количество туристов, совершающих паломничество к святыням России, а также направляющихся за границу с религиозно-познавательными целями.

Туристом, путешествующим с религиозными целями, является человек, выезжающий за пределы обычной среды на срок не более года для посещения святых мест и центров религий. Под религиозным туризмом следует понимать виды деятельности, связанные с предоставлением услуг и удовлетворением потребностей туристов, направляющихся к святым местам и религиозным центрам, находящимся за пределами обычной для них среды.

Религиозный туризм – это самостоятельный вид туризма. У него, как и у других его видов, есть свои разновидности: палом-

Секция 2. Экскурсионная и музейная деятельность

Эти типы туризма могут по-разному сочетаться, образуя категории туризма, которые относятся не только к какой-либо стране, но и к региону; термин «регион» – к какому-то району в пределах какой-либо страны, либо к группе стран. Определение «туризм в пределах страны» охватывает собой внутренний и въездной туризм.

Религиозный туризм можно классифицировать:

- 1) по мировым религиозным конфессиям,
- 2) по продолжительности,
- 3) по составу участников (соответственно по мотивационным аспектам поездки).

В процессе изучения религиозного туризма студенты получают знания об особенностях организации религиозных туристских путешествий; познакомятся с историей возникновения и развития различных религиозных конфессий, смогут объяснить специфику общения с контингентом паломников – потребителей этого вида туристских услуг; изучат основы вероучения традиционных религий; смогут описать святыя места, религиозные центры и маршруты паломничества.

Необходимо отметить, что изучение религиозного туризма является актуальным как для г. Тольятти, так и для Самарской области и России явлением.

УДК 94 (470.314)

КРАЕВЕДЕНИЕ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Н. В. МЯГТИНА

*Владимирский
государственный университет
имени А. Г. и Н. Г. Столетовых,
г. Владимир*

Краеведение является неотъемлемой частью отечественной науки и культуры, образования и воспитания. Оно представляет собой форму общественной деятельности. Краеведение, будучи комплексной дисциплиной, осуществляет изучение природы, населения, истории и культуры отдельной территории, края, области.

© Н. В. Мягтина, 2012

Обратимся к истории становления краеведения в нашей стране. Государственный подход к изучению края впервые обнаружился в период правления Петра I. Это проявилось в организации экспедиций по изучению страны, издании указов о выявлении и описании достопримечательностей. Развитию научных основ краеведения способствовало формирование исторической науки. Например, М. В. Ломоносовым была составлена анкета, которая представляла собой первую программу краеведческого изучения России.

Следующий этап в развитии государственного краеведения был связан с реформами Екатерины II. К правительственным мероприятиям, повлиявшим на изучение края, следует отнести проведение Генерального межевания земель (1765 г.), реформу местного управления (Губернская реформа 1775 г.), а также мероприятия по составлению топографических описаний.

Новый этап приходится на первую половину XIX в. Так, в 1834 г. был осуществлен переход от эпизодического сбора региональных сведений к систематической и целенаправленной деятельности в этом направлении. По всей стране учреждались губернские статистические комитеты – научно-административные учреждения, создаваемые для обработки экономико-статистических данных. Комитеты собирали сведения для ежегодных отчетов губернаторов, которые направлялись в Министерство внутренних дел, составляли «обзоры губерний», издавали периодические издания: «Труды», «Ежегодники», «Сборники», публиковали материалы в местной периодической печати, взаимодействовали с научными обществами, проводили этнографические и археологические исследования, участвовали в создании музеев. Например, именно благодаря деятельности Владимирского губернского статкомитета во Владимире в 1854 г. был организован музей.

В дореформенный период XIX в. развитие краеведения характеризовалось популяризацией краеведческих знаний в провинциальной периодической печати, а также появлением традиций участия политических ссыльных в изучении края. Так, находившийся в течение 1838–1840 гг. в нашем го-

Секция 2. Экскурсионная и музейная деятельность

роде в ссылке А. И. Герцен внес большой вклад в становление владимирского краеведения.

Реформы 60–70-х годов XIX в. способствовали вовлечению в краеведение местной общественности. В этом процессе активное участие принимала и Русская Православная церковь. Именно в 1860–80-х гг. в епархиях началось широкое движение за создание особых научных церковно-исторических учреждений, древлехранилищ, издание историко-статистических описаний епархий.

С 1884 г. стали создаваться губернские ученые архивные комиссии (ГУАК). Основанием для этого явилось развитие исторической науки, возросший интерес к прошлому. Первые комиссии появились в Орловской, Рязанской, Тамбовской и Тверской губерниях, затем постепенно еще в 36 губерниях. В их числе в 1898 г. была создана Владимирская архивная комиссия.

Комиссии должны были разбирать дела архивов местных учреждений, предназначенных к уничтожению. Архивные комиссии также организовывали музеи и библиотеки, занимались сбором этнографического материала, проводили археологические раскопки. Они стали своеобразными культурными центрами на местах, которые способствовали распространению исторических знаний. В результате, на рубеже XIX–XX вв. впервые появился и термин «краеведение» как специфическая форма научной традиции на местах.

Первое десятилетие советской власти вошло в историю как «золотое десятилетие» краеведения. Был создан координационный научный центр – Центральное бюро краеведения (возглавлял академик С. Ф. Ольденбург). В разработку научных основ были вовлечены крупнейшие ученые: историки М. М. Богословский, С. В. Бахрушин, географы и геологи Д. Н. Анучин, А. Е. Ферсман. Регулярно организовывались Всероссийские краеведческие конференции. Так, к 1927 г. состоялось более 100 научных конференций), издавался научно-методический журнал «Краеведение» (1923–1930), проблемы краеведения рассматривались на партийных съездах и съездах Советов, развивались краеведческие музеи.

Опасаясь дальнейшего самостоятельного развития краеведческого движения и отклонения от направляющей политики партии, на рубеже 1920–1930-х гг. начался разгром краеведческого движения. На 4-й краеведческой конференции в 1930 г. был поставлен вопрос о «перестройке всей краеведческой работы на помощь социалистическому строительству». В результате всесоюзные конференции больше не проводились, было изменено содержание периодических изданий, были изъяты из обращения прежние издания.

К краеведческой тематике вновь обратились уже после смерти И. В. Сталина. Начиная с 1960-х гг. в нашей стране происходило постепенное возрождение краеведения. Возникли краеведческие объединения, издавались учебные пособия, развивалось вузовское и школьное краеведение.

На современном этапе наблюдается значительное повышение интереса к историческому краеведению. Именно историческое краеведение получает всего более широкое распространение, становится формой активной общественной деятельности. Регулярно организуются всесоюзные краеведческие конференции. Появились местные краеведческие издания, например журналы «Тверская старина», «Костромская старина». Например, во Владимирской области практически каждый район имеет свою районную краеведческую организацию, многие из которых проводят собственные краеведческие чтения. Основным событием в области является ежегодная областная краеведческая конференция. Публикуются такие периодические издания, как «Записки Владимирских краеведов», «Владимир. Литературно-художественный и краеведческий сборник», «Старая столица» и многие другие.

Краеведение является важным компонентом развития внутреннего туризма. Именно разработка и применение в туризме различных краеведческих программ способствует не только привлечению материальных средств, но и является эффективным средством обучения молодежи и воспитания патриотизма. В этом процессе большое место занимает познавательная, а также практическая польза для региона. На современном этапе в нашем регионе наиболее важным является разработка новых экскурсионных

Секция 2. Экскурсионная и музейная деятельность

маршрутов, связанных с историей Владимирского края. Огромная работа в этой сфере проводится кафедрой музеологии ВлГУ совместно с музеем истории университета по развитию туристических маршрутов. Только за прошедший 2011 год было организовано более 10 экскурсий по новым маршрутам с посещением не только городов Владимирского края (Гороховца, Муром, Меленки), но и Нижнего Новгорода, Ярославля, Костромы, Уфы, Салавата и др. Кроме того, на кафедре развивается и такое направление, как церковное краеведение. Так, в рамках программы «Возрождение» организуются научно-исследовательские экспедиции по восстановлению храмов Владимирского края.

1. Кириллова, Л. В. Научная и просветительская деятельность Владимирской ученой архивной комиссии (1898–1918 гг.) / Л. В. Кириллова // Материалы 4-й международной научно-практической конференции «Динамика исследований – 2008», 16–31 июля 2008 г. Т. 20. – София: «Бял ГРАД-БГ». – С. 88–94.

2. Кириллова, Л. В. Деятельность Владимирской ученой архивной комиссии по организации губернского исторического музея (1898–1916 гг.) / Л. В. Кириллова // Вестник костромского государственного университета им. Н. А. Некрасова. Т. 12. – Кострома: Изд-во Костром. гос. ун-та. 2006. – С. 48–51.

3. Краеведение и школьные музеи: учеб. пособие. / Сост.: Л. Г. Гужова, Н. В. Мягина. – Владимир, 2009. – 42 с.

4. Российская музейная энциклопедия: В 2-х т. / Рос. ин-т культурологи МК РФ и РАН / ред. кол. В. Л. Янин и др. – М.: Прогресс, 2001. – Т.1. – С. 296. – ISBN 5-01-004535-4.

5. Тихонов, А. К. Владимирское областное общество краеведов: опыт и перспективы развития (1990–2008) / А. К. Тихонов // Материалы Межрегиональной краеведческой конференции. Владимир, 28 апреля 2008 г. – Владимир, 2008. – С. 27–29.

6. Тихонов, А. К. Роль и место краеведения в формировании туристического продукта. / А. К. Тихонов // Менеджмент регионального туризма: коллективная монография. – Владимир, 2002. – С. 138–151.

ПРОБЛЕМА ПОВЫШЕНИЯ РОЛИ РЕЛИГИОЗНОГО ТУРИЗМА И РЕКРЕАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОМ РАЗВИТИИ ТОЛЬЯТТИ

В. Н. ЯКУНИН

Поволжский государственный университет сервиса

Туризм оказывает большое влияние практически на все сферы жизни общества. Особенно велико его воздействие на экономику, политику, экологию, социальную сферу. Регион, развивающий туризм, получает прибыль от прибывающих в него туристов.

В г. Тольятти имеются возможности по развитию некоторых видов туризма. Одним из них можно считать религиозный и паломнический туризм. Соборы, мечети, духовные центры – это туристские объекты, которые пользуются все возрастающим спросом, то есть религиозный туризм в буквальном смысле слова становится частью современной индустрии туризма. Памятники религии, истории и культуры представляют существенную мотивацию посещения того или иного региона или города, в том числе Самарской области и Тольятти. В Тольятти всё больше туристских фирм, занимающихся внутренним туризмом, организуют религиозные туры. Это не удивительно – в Тольятти, городе, перенесённом в 50-е гг. XX в. на новое место, крайне мало достопримечательностей, памятников истории и культуры, которые можно показать туристам, а храмы, в силу своей уникальной архитектуры и духовной составляющей, восполняют этот пробел. Во многих храмах есть свои святыни, которые привлекают паломников, прежде всего это иконы и частицы святых мощей. Такие чтимые святыни находятся в следующих тольяттинских храмах: Богородично-Казанском, во имя святой блаженной Ксении Петербургской; во имя святого преподобного Серафима Саровского чудотворца в микрорайоне Шлюзовой; во имя святого Архистратига Божия Михаила в пос. Поволжский; во имя святого великомученика и целителя Пантелеимона в Медгородке; во имя

Секция 2. Экскурсионная и музейная деятельность

святого праведного Иоанна Кронштадтского; во имя святого преподобного Серафима Саровского в Автозаводском районе; Спасо-Преображенском соборе; в домовом храме православной классической гимназии во имя Всех Святых в земле Российской просиявших; Свято-Воскресенском мужском монастыре.

В Богородично-Казанском храме и по сей день хранится дар М. Киселёвой, сделанный в конце XIX века для Троицкого собора, – Евангелие в прекрасном серебряном переплете художественной работы.

В Тольятти осталось всего 2 здания от дореволюционной эпохи: церковь в честь Благовещения Пресвятой Богородицы в пос. Федоровка и Свято-Воскресенский мужской монастырь.

Храм в честь Благовещения Пресвятой Богородицы в пос. Федоровка – самое старое здание Тольятти, он был сооружен в 1846 г. Здание церкви представляет собой ценность с точки зрения архитектуры и эстетики как произведение русского православного культового зодчества 40-х годов XIX века. Уникальность данного объекта культурного наследия, по крайней мере для Самарской области, определяется редким сочетанием в его архитектурном облике элементов барокко и русско-византийского стиля, пришедшего на смену архитектуре классицизма в культовом зодчестве России в 40-х годах XIX века, а также целостностью композиционного решения и хорошей сохранностью подлинных архитектурно-конструктивных элементов. Уникальной является и система деревянных сводчатых перекрытий храма.

Зданиям Свято-Воскресенского мужского монастыря более ста лет. Ранее здесь находилась Ставропольская земская городская больница, которая была основана Евграфом Осиповым. Начало строительства Земской больницы датировано 1868 годом, окончание 1872 годом. До 1953 года больница служила по своему назначению. С этого года начались изменения как в городе, так и в больнице. Старый город Ставрополь после затопления при строительстве Волжской ГЭС и Жигулевского водохранилища представлен всего несколькими уникальными строениями Земской больницы, которые не попали под затопление, так как находились в стороне от

самого города, на возвышенной местности. Больницу пришлось переносить в центр строящегося нового района города, который сменил свое прежнее название и стал называться Тольятти. После переезда больницы в этих единственно уцелевших от старого города зданиях на берегу Волги поочередно были размещены: детский санаторий «Бережок» (до 1979 г.), «Облпрокатразнобыт», комитет по физкультуре и спорту, после закрытия которого здания остались без присмотра. Помещения ветшали, территория находилась в запустении. Благо то, что здания представляют собой исторический памятник и находятся под охраной отдела культуры и памятников Самарской области, поэтому уничтожению не подлежали. Переходя из рук в руки различных хозяев, несколько лет тому назад бывшая больница наконец обрела свой новый подлинный смысл, став ядром Свято-Воскресенского монастыря.

Каждый день в монастыре начинается с братского молебна перед местночтимым образом великомученицы Варвары, который имеет свою историю. Во время настоятельства первого наместника монастыря рыбаками на Жигулевском водохранилище была обретена икона святой великомученицы Варвары. Бытует мнение, что икона находилась в одном из храмов затопленного Ставрополя. Принесенная икона была настолько темна, что едва можно было различить изображение святой. Со времени пребывания в монастыре икона стала обновляться, теперь отчетливо видна святая, держащая в левой руке чашу, а в правой ветвь. Монастырю была подарена частица святых мощей великомученицы Варвары, которая помещена вместе с иконой в резной киот.

В настоящее время в Тольятти построено несколько храмов, которые стали настоящими архитектурными шедеврами нашего города.

В первую очередь, это Спасо-Преображенский собор с храмом св. Предтечи и Крестителя Господня Иоанна. 62-метровый красавец храм поднялся на самом видном месте в центре Автозаводского района. Днем он сверкает золотыми куполами, ночью его освещают прожекторы и над спящим городом величественно возвышается белая гро-

Секция 2. Экскурсионная и музейная деятельность

мада. Площадь застройки храма составляет 2,8 тыс. кв. метров. Грандиозное архитектурное сооружение, вмещающее до пяти тысяч человек, по размерам уступает лишь храму Христа Спасителя в Москве и Исаакиевскому собору в Санкт-Петербурге.

Собор включает в себя главный алтарь в честь Преображения Господня, южный алтарь в честь святителя Николая Чудотворца и северный алтарь в честь 40 мучеников Севастийских, хоры, западный притвор, северное и южное крыльцо и подклет. Высота центрального иконостаса – 15 метров. Разноцветные мозаичные полы собора изготовлены из 12 разновидностей мрамора. Впечатляют резные дубовые двери с латунной фурнитурой и латунными же решетками.

С недавних пор композицию Центральной площади Тольятти украшает духовный комплекс, состоящий из часовни во имя Рождества Христова, памятника святителю Николаю Чудотворцу и звонницы. Христорождественская часовня выполнена в стиле лучших традиций древнерусского зодчества. Купол и крест «под золото», цветные витражи, выполненные из цветного стекла в виде мозаики, оригинальные изразцы, икона Рождества Христова – всё это сделало часовню неповторимым памятником архитектуры нашего города. В 2004 году в Тольятти напротив Христорождественской часовни был торжественно открыт памятник святителю Николаю Чудотворцу. Скульптура высотой 4 метра установлена на постаменте из гранита. Святитель Николай Мирликийский изображен присевшим на камень, в одной руке он держит Библию, другой благословляет. На постаменте – надпись: "Памятник установлен в знак благодарности созидателям города". Автор скульптуры – Александр Рукавишников, ему же принадлежит идея комплекса. В декабре 2006 г. на Центральной площади состоялось торжественное открытие звонницы.

Интересны в архитектурном отношении домовый храм православной классической гимназии во имя Всех Святых в земле Российской просиявших и храм Святого Архистратига Божия Михаила, разработанные под руководством заслуженного архитектора России М. В. Демидовцева.

В Храме Святого Архистратига Божия Михаила группа художников во главе с М. А. Исаевой воплотила в барельефах образы древнего русского искусства. За образец были взяты орнаменты знаменитого Дмитриевского собора во Владимире, но это не копии, а вложенное в барельефы видение мира художников.

В Троицкой церкви села Ташла Ставропольского района, в 20 км от Тольятти, находится чудотворная икона «Избавительница от бед», явившаяся чудесным образом в октябре 1917 года. На месте явления иконы забил святой источник. В купальне, сделанной на месте явления иконы, происходят исцеления от различных недугов. Сейчас и икона, и источник – место поклонения паломников не только из Самарской области, но и со всей России.

Неизменно высоких гостей, приезжающих в Тольятти, везут на экскурсию в православную классическую гимназию. Она стала одним из первых учебных заведений в России, в которых дети наряду с классическим образованием получают углубленные знания основ Православной веры и участвуют в практической жизни Церкви. Этим гимназия вносит заметный вклад в духовное преобразование жителей города, области, региона и всей России в целом. При гимназии открыт музей «Русская изба», который является сочетанием двух культур – православной и народной.

В заключение необходимо отметить, что в Тольятти сегодня имеется определенная материально-техническая база для развития религиозного туризма, в том числе и въездного. Это и функционируемые в городах предприятия размещения, питания; достаточно удобные транспортные развязки, развитая торговая сеть и сфера услуг.

Но даже прекрасно развитая материально-техническая база будет бесполезна, если турист не будет чувствовать себя желанным гостем.

Необходимо формировать культуру гостеприимства. Доброжелательное отношение к туристам может быть создано через программы общественной пропаганды и информации, разработанные для местного населения. Рост туристской активности позволяет сделать вывод о необходимости поисков пу-

тей развития туристской деятельности в Тольятти, учитывая его выгодное с точки зрения туризма местоположение, природные, историко-культурные и другие ресурсы, что в недалекой перспективе может привести к серьезному развитию туризма в регионе.

УДК 338.48 (075.8)

**ДВОРЯНСКАЯ УСАДЬБА
В ТУРИСТСКОЙ ПРАКТИКЕ
(НА ПРИМЕРЕ ВЛАДИМИРСКОЙ
ОБЛАСТИ)**

Л. Г. ГУЖОВА

*Владимирский
государственный университет
имени А. Г. и Н. Г. Столетовых,
г. Владимир*

Одной из главных задач современного цивилизованного общества является сохранение культурного и природного наследия. Владимирский край имеет огромные исторические возможности (шедевры белокаменного зодчества XII–XIII вв.) и сформировался как регион активного туризма, входящий в Золотое кольцо России.

Одними из первых в России в состав объектов Всемирного культурного наследия, находящихся под эгидой ЮНЕСКО, вошли памятники Владимиро-Суздальской Руси, являющиеся древнейшими из памятников домонгольского периода.

Главный поток туристов посещает эти стандартные туры давно, они серьезно разработаны и десятилетиями используются. Но есть в нашей области уникальные места, связанные с пребыванием известных и знаменитых людей, у которых здесь были свои имения, или волей судеб были заброшены в наш край. Историко-архитектурное наследие русской провинции развивалось благодаря Манифесту 1762 г. «О даровании вольности и свободы всему российскому дворянству». В этот период происходит грандиозное усадебное строительство, которое привело к изменению природного и культурного ландшафтов.

Русская усадьба – это особый пласт отечественного наследия в русской культуре. На территории Владимирского края располагалось большое количество дворянских усадеб, в начале XX в. насчитывалось около сорока. Усадебные комплексы представляли удивительный и неповторимый мир русской провинции. Имения принадлежали военным и государственным деятелям, вельможам царского двора с графскими титулами, очень известным дворянским фамилиям, а также помещикам «средней руки» без званий и регалий.

С нашим краем связана жизнь известных людей России: Танеевых, Алябьевых, Калозиных, Сабашниковых, Столетовых, Воронцовых-Дашковых, Уваровых, Зубовых, Голицыных, А. В. Суворова, А. С. Грибоедова, сына мореплавателя И. Крузенштерна, Н. Е. Жуковского и многих других знаменитых людей России, которыми мы по праву гордимся.

Социальная типология усадеб успешно развивалась, неоднократно менялась на протяжении длительного периода. Для каждой усадьбы характерны свои особенности, связанные с историческими, природными и социальными условиями их возникновения.

На протяжении длительного периода усадебная культура успешно развивалась и совершенствовалась. При смене владельцев усадьба часто видоизменялась, так как новые хозяева на свой вкус и лад усовершенствовали и меняли облик имений.

Октябрьская революция 1917 года внесла свои коррективы в усадебную культуру России. На длительное время огромный пласт культуры оказался отрезанным, безжизненным и вычеркнутым на время из истории. В течение почти столетия усадьбы подвергались разграблению. Попытки спасти их путем вывоза лишали имения органичной связи с антропогенным фактором. Экспонаты пополняли фонды музеев, но искусственно внедренные в новый «организм», так и оставили усадебоведение застывшим и «нераспустившимся бутонem».

Благодаря музейным работникам удалось сохранить для потомков в идеальном виде ряд усадебных комплексов. Но большая часть имений находится в плачевном состоянии, а многие из них совсем разрушены.

Секция 2. Экскурсионная и музейная деятельность

Владими́ро-Сузда́льским музеем проделана огромная работа по сохранению экспонатов, которые поступили из разрушенных имений.

В экспозиции музея-заповедника полно представлен усадебный интерьер «Минувших дней очарованье», собраны предметы мебели и аксессуаров из поместий Владимирской губернии, а в выставочном зале представлена портретная живопись. Из полотен на нас величественно смотрят владельцы усадеб, принадлежащие к известным дворянским фамилиям.

Живой интерес могут вызвать у туристов усадьбы Голицыных, Воронцовых, Уваровых, Храповицкого, Зубовых, но, к сожалению, они служат примером не используемых факторов аттрактивности Владимирского региона.

В последние годы в число экскурсионных объектов входят усадебные комплексы, которыми всё чаще интересуются как туристы нашей области, так и гости из регионов России.

Положительным примером является мемориальный Дом-музей – усадьба Николая Егоровича Жуковского, отца русской аэродинамики, располагающая уникальным природным и культурным наследием. Это первая усадьба во Владимирской области, в которой успешно проведена «музеефикация»: не только восстановлена обстановка мемориального дома, но и всей структуры усадьбы с ее хозяйственными постройками и садово-парковым ансамблем. При помощи интерактивных методов умело восстанавливается период жизни патриарха авиационной науки Н. Е. Жуковского и места духовной самореализации личности.

В 2008 г. открылся музей-усадьба «Дворянское гнездо» Танеевых в с. Маринино Ковровского района, где «волею судьбы» сохранился деревянный одноэтажный дом, бывший когда-то частью большого усадебного комплекса. Силами сотрудников музея, по плану усадьбы, восстановлены беседки, цветники, пруды, а остатки липовых аллей напоминают нам о былом величии усадьбы. Так как имение находится в удалении, чудом сохранились нетронутыми у Покровской церкви несколько надгробных памятников, в том числе два семьи Танеевых.

Усадебный комплекс рассматривается как историко-культурный и природно-географический объект. Новым шагом в восстановлении усадебного комплекса станет создание историко-мемориального некрополя.

По экскурсионному маршруту в г. Рязань и г. Гусь-Хрустальный группы туристов останавливаются в имении графа Храповицкого, где сохранился разрушенный, но не утративший величия усадебный дом, хозяйственные постройки, остатки памятника садово-паркового искусства: нижнее озеро, остаток каскадного пруда и парк-дендрарий с редкими породами деревьев.

Рассматривая историю г. Мурома, невозможно не остановиться на усадьбе графов Уваровых, судьба которых тесно связана с Владимирской губернией.

Территория усадьбы располагалась в с. Карачарово (ныне черта г. Мурома), построенная в конце XVIII в., она относится к числу архитектурно-ландшафтных комплексов, представляющих величественное сооружение по размеру и по богатству архитектурных форм. Дом-дворец отличался изысканной роскошью, здесь хранилось часть обширной коллекции собранной графами Уваровыми, располагались коллекции живописи, скульптуры, мебели, фарфора и гобеленов. В первые годы советской власти все ценные экспонаты были переданы в музей г. Мурома. Перестраивался неоднократно главный господский дом, который сохранился до нашего времени. Сейчас весь комплекс находится в ведении воинской части.

Это небольшая часть истории усадебной культуры Владимирского края. В условиях дефицита государственных средств остальные объекты, без реконструкции и капитального ремонта, не могут быть использованы в качестве объектов для туристов.

Владимирский государственный университет разработал программу «Венок усадеб Владимирской области», где на маршруте, в качестве краеведческого материала, включены объекты усадебной культуры. Студенты подробно знакомятся с историей усадьбы, периодом ее расцвета, биографией владельцев, особенностями хозяйственной деятельности.

На местности выполняется практическая работа: «Исследование усадьбы, ее совре-

менное состояние и пути восстановления». Данная работа выполняется в виде творческого проекта, над которыми трудятся группы студентов. Материалы используются в качестве экскурсионного материала.

Хочется верить, что хотя бы часть усадебного наследия будет приведена в надлежащий вид и нам не будет стыдно перед нашими потомками.

1. Актуальные проблемы на рубеже веков / Региональные проблемы и модели развития туризма малых и средних городов Центральной России. – М., 1999.

2. Барашев, М. А. Дворянские усадьбы Владимирской губернии первой половины XVIII в. / М. А. Барашев // Материалы областной краеведческой конференции. – Владимир, 1998. – С. 19–26.

3. Барашев, М. А. Усадебная культура Владимирского края середины XVIII – начала XX века / М. А. Барашев // Воронинские чтения – 94. – Владимир, 1995. – С. 262–272.

4. Барашев, М. А. Культурно-исторические ландшафты Владимирского края. Очерки / М. А. Барашев, В. Н. Ревякин. – Владимир, 2007.

5. Дворянские усадьбы Владимирского края. Страницы истории / ред. А. И. Скворцов / Владимир, 2011. – 312 с.

6. Знаменитые музеи-усадьбы России / сост. И.С. Ненарокова. – М., 2010. – 318 с.

УДК 069:001.12

НОВЫЕ ПОДХОДЫ В ПРЕДСТАВЛЕНИИ ДВОРЯНСКОЙ КУЛЬТУРЫ РУССКОЙ ПРОВИНЦИИ XIX СТОЛЕТИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ТУРИСТСКО-МУЗЕЙНОЙ ПРАКТИКЕ

В. А. ЧЕРНИЧКИНА

*Владимирский
государственный университет
имени А. Г. и Н. Г. Столетовых,
г. Владимир*

В современных условиях расширяется спектр интересов для туристской и музейной практики, выявляется актуальность поиска новых нетрадиционных форм подачи культурно-исторического материала. Внедряются различные новые формы, которые способ-

ствуют развитию музейного туризма. Представляют интерес инновационные походы в музейно-туристской деятельности, которые выражаются в интерпретации элементов дворянской культуры русской провинции XIX века, и в частности губернского города Владимира.

Прежде всего определим, что представляет собой провинциальное дворянство XIX столетия. Повседневная жизнь провинциального дворянства отличалась от столичного уровнем и интенсивностью развития культурно-общественной составляющей. Однако в последней трети XVIII–начале XIX века постепенно происходят изменения в образе жизни и социальном статусе провинциального дворянства, которые были связаны с общим развитием русской национальной культуры. Именно в этот период в провинции можно было наблюдать уже довольно развитую жизнь, в которой активную роль играет дворянство. Так, С. Л. Корф отмечал, что в провинции появились люди свежие и живые, еще помнящие о своем пребывании за границей в походах Семилетней войны, сохранившие свои столичные привычки и видевшие на деле пользу от образования и просвещения [1, с. 17]. В рассматриваемый период дворянство встало во главе провинциального общества, и таким образом у него появилась возможность распространять то, что оно приобрело во время своей жизни в столице. Данные тенденции реализовываются как в повседневно-бытовой жизни, так и в развлекательной культуре.

Наибольшей интерес для современной музейно-туристской деятельности, которая ориентирована на инновационные интерактивные технологии, представляет развлекательная культура дворянства.

Досуговую культуру дворянства данного периода можно разделить на две части: частную и светскую (общественную). К первой можно отнести чтение книг и периодических изданий; семейные обеды и вечера; разведение садов и устройство оранжерей и др. Ко второй – посещение светских балов, театров, клубов и питейных заведений и др. Отметим, что досуг рассматривался дворянством как необходимый основополагающий элемент светской жизни. Именно светская жизнь составляла основную часть внеслужебного

Секция 2. Экскурсионная и музейная деятельность

временипровождения дворянина. Как отмечает историк О. В. Ключевский, «светскую жизнь того времени надобно ценить по господствующим в ней правилам и интересам» [2, с. 94].

Наиболее развивающиеся формы культурного досуга провинциального дворянства в рассматриваемый период были: театр, музыкальные вечера, которые могли включать романсы и балетные дивертисменты, бал, торжественные праздничные обеды. Рассмотрим наиболее зрелищный, на наш взгляд, вид светского досуга провинциального дворянства XIX века – бал в контексте музейно-туристской практики.

Бал имел свои правила и свой этикет, определенный для каждой исторической эпохи. В рассматриваемый период бал превращается в церемониал, имеющий свой особый язык, ориентированный на зрелищность. При этом можно выделить определенные виды балльных мероприятий прошлых столетий: первый вид – массовые балы, которые проводились в Дворянских собраниях: благотворительные балы, балльные мероприятия, приуроченные к государственным или праздникам «местного значения», а также можно выделить торжественные балльные мероприятия в учебных заведениях города (гимназии). Второй вид включает частные балы: детские балы, балы по случаю выхода девушки в свет, именные балы. Каждый из этих торжеств имели сходные и отличительные элементы. Основным элементом бала как общественно-эстетического действия были танцы. Именно танцы служили организующим стержнем вечера, задавали стиль всему празднеству. Другие же элементы балльной программы зависли от того, где проходит и к какому событию приурочено торжество. Так, определенную часть детского бала составляли игры. Наиболее популярной забавой были «живые картины», которые изображали сцены, подражающие известным живописным полотнам или скульптурным группам. Также разновидностью «живых картин» были и так называемые «romances en actoin» (музыкальные «живые картины») [3, с. 255]. Итак, балы оказали большое влияние на бытовой этикет, пластику и костюм дворян, так как именно эти ме-

роприятия впитали в себя зрелищность европейской культуры.

В истории музейного дела существует опыт раскрытия темы «бал как социокультурное явление» в рамках экспозиционной деятельности. Подобные выставки проводились Государственным Русским и Историческим музеями, а также Государственным музеем А. С. Пушкина и др. Однако для более объемного восприятия балльной культуры пошлых столетий в современных музеях реализуется взаимосвязь предметной среды и искусства и, как правило, это выражается в таком многофункциональном явлении, как музейный праздник. Подобная практика внедряется не только в столичных городах России, но и провинции. Так, с начала XXI века Владимиро-Суздальский музей-заповедник (ВСМЗ) в своей культурно-образовательной деятельности активно использует балльную тематику. Здесь обращает на себя тот факт, что первоначально при разработке праздников музейные сотрудники ориентировались на детскую аудиторию – исторические программы с элементами бала, кадетские балы, детские новогодние или рождественские балы. Программа таких мероприятий состоит из трех основных частей: репрезентативной (игровой блок), развлекательной (музыкальное представление) и танцевальной (собственно бал).

С 2002 года ВСМЗ в Дворцовом зале Палат проводится кадетский бал. Мероприятие проходит совместно с юными талантами детской школы № 2 при городском Доме культуры молодежи. Программа состоит из танцев, романсов, проведения беспроигрышной лотереи, праздничного угощения, выбора принца и принцессы бала [4]. Отметим, что интерес к этому мероприятию с каждым годом увеличивается, расширяется музейная аудитория. В 2003 году второй городской Рождественский кадетский бал собрал 50 лучших учеников из восьми кадетских классов городских школ, областной кадетской школы-интерната города Радужный, Красноярского кадетского корпуса, отряда воспитанников при ЦОКе, областного лицея милиции и их наставников [5, с. 29].

Однако наиболее насыщенными мероприятиями, в которые включены разнообразные коммуникационные формы, являются



музейные балльные торжества для взрослых. Во Владимиро-Суздальском музее-заповеднике данные мероприятия проходят на основе существующей экспозиции «Минувших дней очарование ...», где представлена часть подлинных предметов провинциальной усадебной дворянской культуры: ломберный столик, мебель, а также в Дворцовом зале музея с великолепным паркетом, со стенами обитыми штофом, и белым роялем [6, с. 59]. И одна программа под названием «Вечно непоколебимая верность», в стиле дворянского бала, посвящена древнейшему роду Воронцовых.

Итак, разработка и применение инновационных методик в интерпретации культурного наследия, к которому относятся и нематериальные духовные объекты, позволяет расширить сферы воздействия различных видов современного туризма, в частности музейного туризма, на формирование личности. Кроме того, музейные разработки, ориентированные на возрождение культурных традиций прошлого, и в частности российской провинции, являются эффективным средством расширения ресурсов для развития регионального туризма.

1. Корф, С. Л. Дворянство и его сословное управление (1766–1855) / С. Л. Корф – СПб. : Тип. Тренке и Фюсно, 1906. – 720 с.

2. Ключевский, О. В. Западное влияние в России после Петра / О. В. Ключевский // Неопубликованные произведения. – М. : Наука, 1983. – 416 с.

3. Дмитриева, Е. Е. Жизнь усадебного мифа: утраченный и обретенный рай / Е. Е. Дмитриева, О. Т. Купцова. – М. : ОГИ, 2003. – 528 с.

4. I городской Рождественский кадетский бал // Владимир – мой город – 2002. – № 1 – январь.

5. Федин, В. А в Палатах – изысканный бал / В.А. Федин // Призыв. – 2003. – № 10. – 23 января. – С. 29.

6. Аксенова, А. Преображение Палат, или как чиновничье гнездо превратилось во дворец искусств / А. Аксенова // Живая история: Памятники и музеи Владимиро-Суздальского историко-архитектурно-художественного музея-заповедника. – М. : Памятники Отечества, 2000. – С. 59–65.

УДК 687

РОЛЬ МУЗЕЙНОЙ И ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ

Г. В. ДЕГТЯРЕВА

Омский государственный институт сервиса

Согласно основной образовательной программе высшего профессионального образования по направлению подготовки «Дизайн» и учебному плану для студентов 1-го и 2-го курсов предусмотрена учебная практика. Студенты 1-го курса профиля «Дизайн костюма» под руководством преподавателей выезжают на учебную практику в историко-художественные центры России. И это является очень актуальным, т. к. Омский регион отдален от исторических и культурных центров России, от первоисточников, подлинников произведений искусства и костюма, а ведь создание костюма – это поиск форм и конструкций одежды, и творческим источником для создания современного костюма в том числе выступает исторический и народный костюм.

Местами проведения выездной учебной практики являются Санкт-Петербург, Ленинградская область и Москва (если позволяет объем финансирования), где находятся крупнейшие исторические и художественные музеи, памятники, библиотеки и ведущие предприятия индустрии моды.

Учебная практика способствует закреплению полученных знаний по фундаментальным дисциплинам: «История костюма», «История искусств», «История декоративно-прикладного искусства», «Академический рисунок», «Академическая живопись»; она необходима для дальнейшего изучения таких дисциплин, как «Дизайн-проектирование костюма», «Проектирование в материале», «Макетирование», «Концепции моды XX века», «Основы теории и методологии дизайн-проектирования», а также способствует повышению общего уровня знаний студентов, расширяет художественный кругозор.

Во время практики происходит сбор тематического материала для дальнейшей

© Г. В. Дегтярева, 2012

Секция 2. Экскурсионная и музейная деятельность

учебной работы, который находит отражение в подготовке студентами курсовых работ, выполнении коллекций одежды и выпускной квалификационной работы.

Основные задачи практики заключаются в ознакомлении студентов с шедеврами мировой и отечественной культуры и искусства, с подлинными произведениями декоративно-прикладного искусства, живописи, графики и скульптуры; с архитектурными сооружениями, ансамблями и усадебными комплексами, раскрывающими историю зодчества; с историческим развитием технологии изготовления и приемов украшения одежды; с творчеством крупнейших зарубежных и отечественных дизайнеров одежды; с новейшими явлениями современного искусства.

Основным содержанием практики является работа студентов под руководством преподавателей в экспозициях и хранилищах музеев, экспозициях выставок. Это выражено в виде экскурсий, бесед, анализа художественных произведений, выполнения зарисовок и набросков подлинных материалов и копирования с иллюстративных источников.

Выездная учебная практика проходит в несколько этапов.

Первый этап посвящен истории городов, их архитектуре, памятникам и ориентирован как на анализ художественных стилей, так и на историю градостроения. Для студентов профессиональными экскурсоводами проводятся экскурсии по городам, рекам и каналам. В рамках первого этапа студенты выполняют архитектурные зарисовки зданий, изучают внешний декор.

Второй этап работы проводится в музеях и дворцах Санкт-Петербурга, Ленинградской области, Москвы: Государственном Эрмитаже, Государственном Русском Музее, Музее Российской Академии художеств, Российском Музее антропологии и этнографии, Музее прикладного искусства, Выставочном зале Союза художников, Выставочном центре «Манеж»; Меньшиковском, Юсуповском, Шереметьевском и Елагинском дворцах; Исакиевском, Смольном соборах, галереях дизайна и в других художественных учреждениях.

Третий этап практики проходит в Выборге с посещением музея-замка «Петергоф»,

Гатчине, Пушкино с посещением музея-заповедника «Царское село», Екатерининского и Александровского дворцов, Павловске и др.

Во время учебной практики студенты в активной форме обучения получают огромный объем знаний.

Необходимым дополнением образования студентов творческих специальностей является и их участие в выставках, конкурсах, фестивалях.

Уже не первый год в стенах Омского областного музея изобразительных искусств им. М. А. Врубеля демонстрируются творения Омской школы дизайна костюма. Свои творческие работы представляют студенты всех курсов. В залах классического музея представляется современное искусство. «Снежные нежные белые люди», «Черно-белый день», «Елкин дом», «Костюм как искусство» и другие проекты с успехом реализуются в музейном пространстве. Выставки становятся заметным явлением в культурной жизни города и имеют большое просветительское значение. Они интересны не только профессионалам – художникам и дизайнерам – но и всем тем, кто интересуется искусством и модой.

Организация и участие в выставках дают возможность продемонстрировать результаты и достижения внедрения инновационных методов обучения в творческие дисциплины; способствуют реализации творческих идей на практике; открывают новые перспективы для творческой работы; формируют опыт выставочно-экспозиционной деятельности.

Проект «Елкин дом» – ежегодная выставка творческих работ студентов и преподавателей кафедры «Дизайн костюма» Омского государственного института сервиса, приуроченная к празднованию Нового года, ставшая уже хорошей традицией и не утрачившая при этом новизны и оригинальности.

Разнообразные материалы, техники и приемы, используемые в оформлении экспозиции, дают массу вариаций: плоскостные, объемные, подвесные элементы разнообразны по массам и ритмам. Это и летящие с потолка архитектурные снежинки, демонстрирующие возможности бумагопластики, и объемные текстильные снеговки, и белые и золотые красавицы-елки, пришедшие на

смену традиционным, зеленым; авторские открытки, детские книжки, игрушки и куклы. На выставке также присутствует костюм и дизайнерские аксессуары. Объекты органично заполняют выставочное пространство, подчеркивая высокий уровень экспозиционного размещения.

Выставки – это каждый раз яркое зрелище, где фантазия студентов и преподавателей кафедры сочетается с их безупречным вкусом и профессионализмом, что свидетельствует о неисчерпаемом творческом потенциале кафедры, а в отношении студентов говорит об успешном освоении ими основ дизайнерского дела и умении применять полученные знания на практике.

УДК 069 (1–21)

**ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ
ВЕДОМСТВЕННЫХ
ТЕАТРАЛЬНЫХ МУЗЕЕВ
(НА ПРИМЕРЕ МУЗЕЯ ТОМСКОГО
ДРАМАТИЧЕСКОГО ТЕАТРА)**

Е. В. МЕЛЬНИКОВА

Омский государственный институт сервиса

Во многих странах мира деятельность общественных музеев является общепринятой нормой. Это не только проявление национальной гордости своим историческим наследием, но и в первую очередь форма народного творчества, включающая в себя естественное стремление к соединению социальной памяти с повседневной деятельностью далеких от музеологии людей. Возникновение и развитие музеев на общественных началах связана с определенной локальной культурной ситуацией и, как правило, деятельностью группы энтузиастов, которые берут на себя трудности формирования и пропаганду музейной коллекции. Работа строится на основе инициативы и чаще всего не отличается высоким уровнем профессионализма, так как осуществляют ее люди, не имеющие специальной подготовки. Тем не менее, их роль в местной культурной ситуации значительна и проявляется в привлечении большого количества людей в деятель-

ности музея не только в качестве посетителей, но и в качестве активных участников самой музейной деятельности.

Осмыслению роли и места общественных музеев посвящены работы исследователей. Среди них следует выделить работу Е. Г. Морозовой «Некоторые вопросы теории и истории общественных (ведомственных) музеев» [1, с. 112–121]. В работах сибирских исследователей В. Г. Рыженко и В. Ш. Назимовой рассмотрен феномен общественных музеев. Так, если рассматривать культуру российской провинции как складывающуюся во времени и пространстве совокупность областных культурных гнезд, то каждая их ячейка является элементом культурного потенциала и поселенческой культурой среды определенного типа, результатом разнообразных усилий. Еще более существенно, что общественные музеи как ячейки местных культурных гнезд имели своеобразные черты, несмотря на официальные поводы их возникновения [2, с. 146–150]. Целью нашей статьи является рассмотрение проблем ведомственных театральных музеев.

Одним из таких общественных музеев является театральный музей при Томском драматическом театре. Хочется сказать несколько слов о современных достижениях этого театра. Спектакль Цейтлина «Ангел приходит в Вавилон» был номинирован на «Золотую маску» и представлен в Москве. Театр принял участие в международном проекте «Истории школьного двора», в рамках которого спектакль «Куба – любовь моя» по пьесе Бертенева показал в Берлине и Лионе. В этих спектаклях главные роли сыграл заслуженный артист РСФСР О. Афанасьев, любимый зрителями актер и режиссер. Работа Бориса Ильича в Томске ограничилась двумя сезонами. В эти и последующие годы театр показывал свои спектакли на фестивалях «Сибирский транзит», «Реальный театр», «Всероссийский фестиваль современной драматургии им. А. Вампилова», «Золотой лев» и др.

Постановки осуществляются на двух стабильно работающих площадках – основной и малой сценах. В настоящее время в театре работают народные артисты России В. В. Варенцов и Д. Д. Киржеманов, заслуженные артисты России В. А. Бекетова,

Секция 2. Экскурсионная и музейная деятельность

Е. М. Козловская, В. И. Козловский, О. А. Мальцева, А. П. Пермяков, Г. П. Поляков, Л. С. Попыванова, В. И. Тарасов, заслуженный артист Украины Т. В. Аркушенко.

В 2001 г. директором театра стал лауреат Государственной премии им. Н. К. Крупской Г. А. Сокуров, а главным режиссером Ю. А. Пахомов, который несколько лет возглавлял Томский ТЮЗ и является трижды лауреатом областного театрального конкурса «Маска». В последние годы за спектакль «Венский стул» Юрий Пахомов был награжден призом «За лучшую режиссуру», а исполнительница главной роли Татьяна Аркушенко – «За лучшую женскую роль» на Третьем Открытом театральном фестивале «Золотой конек» (г. Тюмень), а молодая актриса Олеся Казанцева-Латыпова стала лауреатом на Четвертом «Золотом коньке», она же получила награду «За лучшую женскую роль» на фестивале «Театр без границ» (г. Магнитогорск – 2003). Театр получил дипломы и ценные призы на фестивалях «Сибирский транзит» в Иркутске и Улан-Удэ. Жюри и пресса высоко оценили выступления томской драмы на Международном фестивале «Золотой лев» во Львове и на Вампиловском фестивале в Иркутске. Успешно прошли гастроли в Новосибирске и Кемерово. Театр постоянно выезжает со спектаклями и концертами в села области. Большим успехом пользуются бенефисы ведущих актеров.

В 2002 г. при Томском театре драмы открыт филиал Екатеринбургского государственного театрального института, а в 2006 г. восемь воспитанных в театре выпускников дополнили труппу.

В 2004 г. при театре был открыт театральный музей, который носит имя самой известной томской актрисы в XX столетии народной артистки России Тамары Павловны Лебедевой, выпускницы школы-студии при театре 1946 г. Наиболее значительными ролями Тамары Павловны стали королева Елизавета в спектакле «Мария Стюарт», Огудалова в спектакле по пьесе А. Н. Островского «Бесприданница», Сэвидж в спектакле «Странная миссис Сэвидж» Д. Патрика, Мамаша Кураж в спектакле «Мамаша Кураж и ее дети» Б. Брехта и многие другие. Однако самым популярным в Томске с участием Лебедевой был спектакль «Миссис

Пайпер ведет следствие», премьера которого состоялась в 1973 г., и который продержался на сцене более 10 лет [<http://drama.nts.su/museum/mus.php>].

В ноябре 2010 г. нам удалось побывать в театральном музее и познакомиться с его директором Татьяной Викторовной Линяевой, которая руководит музеем с 2004 г. Ею проделана большая работа по восстановлению репертуара Томского театра драмы с 1945 по 2005 гг. В ходе беседы с директором музея мы обратили внимание на проблемы ведомственных театральных музеев.

Выделим наиболее актуальные проблемы ведомственных театральных музеев. Во-первых, общественные музеи юридически бесправны. Право официального статуса самодельные музеи получили в 1965 г. с выходом Положения о народном музее, согласно которому регистрация фондов предусматривалась в инвентарной книге. Памятники, подлежащие на основании Положения о Музейном фонде Союза ССР включению в состав музейного фонда страны, дополнительно регистрировались в однопрофильном государственном музее. Тем самым контроль за сохранностью музейного фонда предусматривался с использованием сети государственных музеев. В случае ликвидации народного музея коллекции, стоящие на государственном учете, должны были передаваться в однопрофильный государственный музей.

Следующий нормативно-правовой акт – «Положение об общественном музее» – подтвердил право на комплектование государственного музейного фонда этими музеями, механизм учета и контроля за ним остался прежним. Однако на практике разработанная система защиты коллекций не действовала, ибо какой же может быть вторичный профессиональный учет при первичном самостоятельном? Правда в Положении сказано об административной «и иной» ответственности за сохранность музейных коллекций, но реализовать их защиту репрессивными мерами вряд ли удастся. Сегодня проблема юридической незащищенности коллекций стоит особенно остро. Положение музея и его фондов зависит от воли администрации, а она, как правило, выбирает между музеем-

«нахлебником» и соблазном использования занимаемых им дефицитных площадей.

В настоящее время тип общественного музея вовсе исключен из законодательной базы. Согласно Федеральному Закону РФ от 24 апреля 1996 г. «О музейном фонде Российской Федерации и музеях Российской Федерации», главе II, статье 7, «Музейный фонд Российской Федерации состоит из государственной части Музейного фонда РФ и негосударственной части Музейного фонда РФ». Таким образом, в Законе нет больше термина «общественный музей». Однако такие музеи возникают, потому что нужны людям, и постепенно становятся привычным и необходимым элементом их современной жизни.

Во-вторых, существуют проблемы учетно-хранительной деятельности. Решить эту проблему так и не удалось. По мнению музейных работников, причина неудачи кроется в изначальном противоречии статуса подобного рода музеев как общественных, т.е. самодеятельных, и недопустимости непрофессионализма в учетно-хранительной деятельности любого музея, обладающего правом комплектования фондов.

В-третьих, помещения, в которых расположены общественные музеи, как правило, не оборудованы специальным музейным инвентарем. Но главной остается финансовая проблема, связанная с невозможностью закупки музейных предметов.

Таким образом, место общественных музеев в музейной сети в настоящее время остается неопределенным, хотя сама потребность в подобных музеях в последнее время возрастает.

1. Морозова, Е. Г. Некоторые вопросы теории и истории общественных (ведомственных) музеев // Культурологические исследования в Сибири. – 2002. – № 2(8). – С. 112 – 121.

2. Рыженко, В. Г. Общественные музеи советской эпохи в культуре Российской провинции // Памятники истории и культуры Сибири. – Омск, 1995. – С. 146–150.

3. <http://drama.nts.su/museum/mus.php>

УДК 008:316.6

ИНФОРМИРОВАННОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ОБ ОСНОВНЫХ И ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГАХ ОМСКИХ МУЗЕЕВ

Н. А. СЕДОВА

Омский государственный институт сервиса

В современном мире рыночные отношения активно проникают во все сферы общественной жизни. Не является исключением из данного наблюдения деятельность таких учреждений культуры, как музеи. В настоящее время перед музейными учреждениями, как и перед коммерческими, стоит важнейшая задача – быть конкурентоспособными, предоставлять услуги, максимально отвечающие запросам потребителей. На рынке музеи выступают в двух качествах: в качестве продавца (продажа музейных и сопутствующих им услуг, товаров и т.д.) и в качестве покупателя (покупка информационных, трудовых и др. ресурсов). Приоритетным будем рассматривать первое качество, поскольку основным видом деятельности музея как субъекта рынка является оказание услуг, которые могут быть основными и дополнительными. Основные услуги музея являются результатом реализации его основных функций, а именно – собирания, изучения, хранения, экспонирования ценных историко-культурных и др. материалов и объектов. К дополнительным услугам музея можно отнести экскурсионное обслуживание посетителей, научные консультации, работу в фондах музея, чтение лекций, организацию праздников, театрализованных представлений, работу кружков и мастерских, показ видеофильмов, продажу сувениров и результатов издательской деятельности. Самое важное для музея – иметь то, что можно предложить потребителю.

Однако сколько бы услуг не предлагал потребителю субъект рыночных отношений, реализована будет только часть из них. Количество реализованных услуг зависит от совокупности многих факторов, среди которых важную роль играет организация продвижения услуг субъекта деятельности. Под

© Н. А. Седова, 2012

Секция 2. Экскурсионная и музейная деятельность

продвижением нами понимается любая форма сообщений для информирования и напоминания о товарах, услугах, общественной деятельности, идеях и т. д. субъекта коммерческих или общественных отношений. Цель продвижения – стимулирование спроса и улучшение образа организации.

Несмотря на одинаковое функциональное назначение музеев, они отличаются друг от друга не только по типам и профилям, но и по степени известности. Нами был проведён блиц-опрос студентов в количестве 32-х человек, обучающихся по специальности «Социально-культурный сервис и туризм». Цель опроса – выявить уровень информированности студентов об омских музеях и услугах, ими предоставляемых.

Отвечая на вопрос о частоте посещения музеев, 74 % респондентов ответили, что они не посещают музеи вообще или посещают их крайне редко (не чаще одного раза в год), и лишь 26 % указали, что посещают музеи несколько раз в год.

Самыми известными музеями г. Омска, по мнению опрошенных, оказались следующие: Омский областной музей изобразительных искусств им. М. А. Врубеля и Омский государственный литературный музей им. Ф. М. Достоевского, их назвали 93 % респондентов; Омский государственный историко-краеведческий музей – 80 %; Музей народного художника Кондратия Белова – 40 %; Музейный комплекс воинской славы омичей – 27 %; Художественный музей «Либеров-центр» – 20 %.

40 % опрошенных затруднились перечислить дополнительные услуги музеев, другая часть респондентов (60 %) назвала такие, известные им, дополнительные услуги, как услуги экскурсовода, продажа сувениров, кинопоказы, образовательные программы театральные и музыкальные вечера, предоставление помещений музеев для проведения торжественных обрядов и мероприятий (бракосочетаний, балов).

В качестве источников данной информации респонденты указали преподавателей кафедры Туризма ОГИС, сотрудников музея, носители наружной рекламы, расположенные вблизи музеев. Как наиболее эффективные потенциальные источники информации об основных и дополнительных услугах му-

зея были названы сеть Интернет (53 %), журналы (47 %), наружная реклама (40 %). От 0 до 26 % «набрали» радио, газеты, телевидение, что показывает приоритеты в выборе источников информации данной возрастной группы респондентов: меньше всего молодые люди в возрасте 20 лет слушают радио, читают газеты, смотрят местные телевизионные каналы.

Проведённое исследование открывает перспективы разработки данной темы. В дальнейшем необходимо получить ответы на следующие вопросы:

– Каковы средства, каналы, формы распространения информации об основных и дополнительных услугах, используемые музеями г. Омска?

– Совпадают ли реально используемые музеями г. Омска средства, каналы, формы распространения информации об основных и дополнительных услугах с представлениями целевой аудитории об эффективных информационных средствах?

– Отличаются ли средства, каналы, формы распространения информации об основных и дополнительных услугах, используемые крупными и известными музеями г. Омска, от средств продвижения, используемых менее крупными музеями?

– Зависят ли средства продвижения, используемые музеями, от их профиля и специализации?

УДК 378.14

ПРОВЕДЕНИЕ ЭКСКУРСИЙ ПО ГОСТИНИЦАМ ГОРОДА ОМСКА КАК СПОСОБ СТИМУЛИРОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ НАПРАВЛЕНИЯ «ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО»

Е. А. РУСИНОВА

*Омский государственный институт сервиса
Научный руководитель – И. Е. Карасёв*

С трудом можно найти молодых людей, которые не любят путешествовать. С еще большим трудом можно встретить студента, который бы не мечтал во время лекции об

© Е. А. Русина, 2012

Секция 2. Экскурсионная и музейная деятельность

отдыхе. Особенно, если они затрагивают тему туризма. Ведь туризм предполагает путешествие, а не чтение научной литературы о мировых туристских ресурсах. Так почему не попробовать сделать занятия более активными?

Студенты-первокурсники направления «Гостиничное дело» на первоначальном этапе обучения не имеют представления о тех предприятиях, с которыми будет связана их дальнейшая деятельность. На примере гостиничных предприятий города Омска можно ознакомиться с различными типами гостиничных предприятий, видами организационных структур, наблюдать за технологией обслуживания клиентов.

Экскурсии – это форма организации учебной работы, при которой учащиеся выходят на место расположения изучаемых объектов (природы, исторических памятников, производства) для ознакомления с ними. Именно экскурсии позволяют объединить учебный процесс с реальной жизнью для непосредственного знакомства студентов с предметами и явлениями естественного окружения. В системе обучения экскурсия выполняет целый ряд дидактических функций:

- реализует принцип наглядности обучения;
- повышает научность образования и укрепляет его связи с жизнью и практикой;
- расширяет технологический кругозор учащихся;
- играет значительную роль в профориентационной работе.

По предметному содержанию экскурсии подразделяются на производственные, краеведческие, естественно-научные, историко-литературные и т.д. Нередко проводятся экскурсии, которые сочетают в себе информацию по нескольким учебным дисциплинам, позволяют изучать отдельные объекты в их целостности и носят название комплексных.

Целью производственной экскурсии по гостиницам города Омска станет знакомство с историей гостиничного дела Омска и получение информации о современных гостиницах и номерном фонде города. В программу экскурсии может входить не только общая информация о гостиницах Омска, но и их

посещение, что позволит студентам посмотреть работу предприятия изнутри.

Не секрет, что менее половины студентов-выпускников направления «Гостиничное дело» остаются работать в выбранной ими области. Причинами становятся нехватка рабочих мест в городе, невысокая, относительно других сфер, оплата труда, а также нежелание работодателей принимать в штат специалистов без опыта работы. Таким образом, студенты, выбрав данное направление, могут быть изначально разочарованы в своей будущей профессии, но экскурсия по гостиницам города может стать стимулом к работе по трудоустройству еще в период обучения. Многие гостиничные предприятия принимают студентов на практику, в ходе которой можно проявить себя и зарекомендовать как ответственного работника и специалиста с хорошим багажом знаний.

Несомненно положительным моментом в таких мероприятиях станет непосредственное вовлечение студента в работу, то есть приобщение его к будущей профессии. Это повлияет не только на повышение мотивации в обучении по направлению «Гостиничное дело», но и на желание работать в этой сфере.

Сегодня Россия переходит на двухуровневую систему образования – бакалавриат и магистратура. Бакалавриат – первый уровень высшего образования, который является базовым. Основная характеристика бакалавриата – это практико-ориентированное обучение. Это означает, что приоритетом обучения становится изучение специальности изнутри для более быстрого входа в профессию. Проведение экскурсий послужит доступной возможностью познакомить студентов с их специальностью.

Кроме того, ряд дисциплин имеет практическую привязку. Так, например, дисциплина «Оборудование гостиничных комплексов и техника безопасности и эксплуатации», «Организация гостиничного дела» и т.п. невозможно изучать в отрыве от производства, потому что сложно организовать процесс обслуживания клиентов или изучить технику эксплуатации специфического оборудования вне гостиничного комплекса.

Таким образом, включение экскурсии по гостиницам города Омска в программу обу-

Секция 2. Экскурсионная и музейная деятельность

чения направления «Гостиничное дело» станет хорошим способом стимулирования учебной деятельности студентов, а также дополнительным способом привлечения абитуриентов к выбору будущей специальности, так как интересное преподнесение информации играет большую роль в оценке вуза глазами студентов.

УДК 71.35.75

СТРУКТУРНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В ГОСТИНИЧНОМ ХОЗЯЙСТВЕ Г. ОМСКА В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

И. Ю. КОРСАКОВА

Омский государственный институт сервиса

Этап перехода на рельсы рыночной экономики охарактеризовался в гостиничном хозяйстве г. Омска такими явлениями, как: децентрализация управления гостиничным хозяйством, приватизация муниципальных гостиничных предприятий, появление новых видов услуг и предприятий, изменение организационно-правовой формы гостиничных предприятий, появление первых отелей международного класса, увеличение объема инвестиций в гостиничный бизнес, приход гостиничных сетей на омский рынок гостиничных услуг и др.

Несомненным является тот факт, что со времени перехода гостиничного хозяйства города на рыночные отношения, в нем произошли коренные изменения. Для оценки масштабов этих изменений были проанализированы статистические данные за последние 15 лет.

Основным источником информации для исследования гостиничного хозяйства города является отчетность хозяйствующих субъектов, предоставленная в региональный орган статистики. В настоящее время предприятия и организации гостиничного хозяйства предоставляют региональному комитету по статистике статистическую отчетность по форме № 1 – Гостиница «Сведения о работе гостиниц» на конец отчетного года.

Анализ этих данных проведен по следующим группам показателей: состав и структура предприятий гостиничного хозяйства; структура номерного фонда; количество и динамика ночевок; состав и структура размещенных лиц; численность обслуживающего персонала; структура доходов и расходов гостиничных предприятий.

Результаты анализа данных статистики за 1995–2009 гг. показали, что состав и структура предприятий гостиничного хозяйства Омска в рассмотренный период времени значительно изменились. За пятнадцать лет суммарное количество предприятий гостиничного типа увеличилось практически в 2,4 раза (с 13 до 31 предприятия). Наиболее значимыми гостиничными предприятиями, построенными за этот период в городе, стали: «У фонаря», «Камелот», «Флагман-отель», «Ника», «Лермонтов Отель» и др. В то же время ряд гостиниц за этот период ушли с рынка гостиничных услуг (например, гостиница «Октябрь», «Ермак» и др.).

В структуре организаций гостиничного типа большую часть занимают непосредственно гостиницы (свыше 60 %). Их удельный вес постоянно возрастал на протяжении рассматриваемого периода времени с 52 % до 77 %, что говорит о перераспределении долей в общей структуре организаций в пользу гостиниц.

Отели, появившиеся в Омске в последнее время, представляют собой в основном малые гостиницы, среди которых «Грезы», «Аура», «У фонаря», «Подкова», «Агро», «гостиница ж/д вокзала станции Омск», «Релакс», «Велес», «Миллениум», «Флагман-отель», «Ивушка», «Лермонтов Отель», «Ника», «Камелот», «Парус» и др.

Анализ состава номерного фонда в омских организациях гостиничного типа проводился по следующим категориям номеров: номера класса люкс и номера без удобств. Однако такие сведения были предоставлены статотделом только с 2000 г., т.к. ранее учет номерного фонда не осуществлялся. В 2000 г. общее количество номеров составило 1042 номера, из них 65 номеров относятся к высшей категории и 356 номеров без удобств, при этом общая вместимость составила 1910 мест. В 2009 г. номерной фонд города составил 1415 номеров, из них номера высшей

продажи начал значительно снижаться и средний показатель составил 84,5 %. Параллельно этому доходы от дополнительных услуг значительно выросли.

Анализ динамики доходов гостиничных предприятий свидетельствует об увеличении суммарного размера доходов в несколько сотен раз, что говорит о стабильном развитии в Омске гостиничного бизнеса. При этом доходы росли каждый год и прирост составлял около 30 %. Увеличились доходы от реализации дополнительных услуг и от них стали зависеть не только доходность гостиниц, но также их популярность и престиж.

Важной характеристикой финансовой деятельности организаций гостиничного типа являются затраты. Анализ структуры затрат показал, что наибольший удельный вес (около 30 %) в общей структуре принадлежит затратам на оплату труда и материальным затратам, несколько ниже показатель удельного веса прочих затрат (25–35 %). Удельный вес амортизации основных средств не превышает 2 %. Однако существуют и исключения. Так, в 2006 и 2009 гг. удельный вес прочих затрат составил 42,0 % и 37,2 % соответственно от предыдущего года. За рассматриваемый период (1995–2009 гг.) общая величина затрат увеличилась в более чем в 30 раз. При этом материальные затраты увеличивались каждый год, причем в 2004 и 2007 гг. почти в два раза в сравнении с предыдущими годами. Исключением стал 2008 год, когда затраты снизились на 3,1 %.

Сравнив суммы доходов и затрат предприятий по годам, стало очевидно превышение величины доходов над затратами, за исключением 1998 года, когда сумма затрат превысила сумму доходов гостиниц. Именно величина прибыли гостиничного бизнеса отличалась постоянной тенденцией к увеличению и это делает гостиничный рынок города Омска привлекательным для предпринимателей и инвесторов.

УДК 005

БЕНЧМАРКИНГ – ПОКАЗАТЕЛЬ КАЧЕСТВА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ

О. Б. САБУРОВ

*Омский государственный институт сервиса
Научный руководитель – И. Е. Карасёв*

В статье рассмотрены основные принципы управления системой качества на туристском предприятии. Наиболее эффективной системой качества услуг на туристском предприятии является система, основанная на использовании комплексного подхода с применением концепции бенчмаркинга.

Эффективное функционирование туристического предприятия в современных условиях предполагает адекватное реагирование на изменения ситуации на рынке. Этим и обусловлена необходимость создания системы управления качеством услуг на турфирме, основной целью которой является выявление требований потребителей и оценка степени соответствия качества туристского продукта этим требованиям. Менеджмент обслуживания направлен на выполнение основной производственной задачи туроператора – качественное предоставление туроператорских услуг, что требует выполнения всех специфических требований, диктуемых потребностями рынка и безопасностью туристов.

Система управления качеством, основываясь на системном подходе к управлению, позволяет добиваться постоянного совершенствования процесса предоставления туристских услуг, обеспечивать высокий уровень подготовки специалистов туристского предприятия, а также более эффективно использовать имеющийся кадровый, материально-технический, информационный и финансовый потенциал туристской фирмы.

Проблемам повышения качества обслуживания на предприятиях туристической сферы посвящены работы Н. Николаенко, И. А. Соколова, С. П. Гаврилюк, Е. Крикавского, И. П. Балабанов [1-5, 8] и ряда других авторов, занимающихся теоретическими аспектами туризма. С. П. Гаврилюк

Секция 2. Экскурсионная и музейная деятельность

основным средством повышения качества услуг предприятий сферы туризма считает сертификацию и стандартизацию туристских услуг [5]. Вопросы комплексного анализа обеспечения качества обслуживания поднимаются в работах таких зарубежных исследователей как Джеральд Гловер и Джозеф Уэст, которые считают, что качество услуг и товаров напрямую зависит от методов управления, и рассматривают причины несоответствия качества услуг их эталону [6–7].

Целью исследования является обоснование и разработка предложений по применению комплексного подхода к построению системы качества предоставления услуг на туристском предприятии.

Качество туристского обслуживания – это совокупность свойств туристских услуг, процессов и условий обслуживания по удовлетворению потребностей туристов во время их отдыха, путешествий и других составляющих туристского потребления. Качество может рассматриваться как соответствие совокупности свойств и характеристик продукции или услуги показателям, оговоренным в нормативной документации. Такое производственно-правовое определение качества используется сотрудниками туристских организаций при выполнении конкретных производственных заданий, а также специалистами и юристами при работе с поставщиками и при рассмотрении различных рекламаций по предоставленным услугам или продукции [5].

При выстраивании системы управления качеством на предприятии на основе логистического подхода приемлемо использовать также такую методику, как бенчмаркинг, так как изучение зарубежных аналогов помогает при выстраивании системы управления, определении приоритетов развития и т.д. Термином "бенчмаркинг", как известно, обозначается один из инструментов совершенствования деятельности. Название метода происходит от английских слов "bench" (уровень, высота) и "mark" (отметка). Это словосочетание трактуется по-разному: "опорная отметка", "отметка высоты", "эталонное сравнение" и т.п. Некоторые авторы [6] определяют бенчмаркинг как непрерывный процесс сопоставления продукции, услуг и практического опыта по отношению

к самым сильным конкурентам или фирмам, признанным в качестве промышленных лидеров.

Однако подобное сравнение может и должно использоваться не только между фирмами, предприятиями, но и внутри них, что позволяет считать бенчмаркинг методом непрерывного совершенствования деятельности любого вида и уровня путем эталонного сравнения. При этом эталон как условная планка не может оставаться постоянным, он должен соответствовать изменению внешних условий и возможностям предприятия.

Бенчмаркинг на туристском предприятии проводится по определенной технологии: компания должна осуществить ряд последовательных шагов, которые приведут ее к желаемому результату. Количество шагов бывает разным, поскольку процесс можно разбить на более мелкие этапы. Но базовые принципы бенчмаркинга везде одинаковы.

Основными этапами бенчмаркинга являются: определение функциональных областей для анализа с помощью бенчмаркинга, определение факторов и переменных, которые будут анализироваться, отбор лидеров отрасли и вне ее в разрезе первых двух пунктов, сбор и оценка показателей лидеров по выбранному фактору, сравнение показателей лидеров с собственными показателями для определения разрывов, разработка программ действий для ликвидации этих разрывов, внедрение и мониторинг.

В бенчмаркинге надо обязательно соблюдать баланс между стоимостью внедрения найденных решений и потенциальной выгодой от них [7].

Напомним, что целью бенчмаркинг-анализа является определение компаний с лучшими количественными и качественными показателями и установление этих показателей как целей собственного достижения.

Бенчмаркинг позволяет сконцентрироваться на причинах различий в сравнении с лидерами и определить условия применения лучших компонентов. Для определения уровня логистического обслуживания клиентов предлагается применять следующие группы показателей: показатели качества услуг, показатели продуктивности, показатели эффективности предоставленных клиенту услуг.

Секция 2. Экскурсионная и музейная деятельность

Самым предпочтительным показателем внедрения и совершенствования системы качества является прирост прибыли. Однако существует ряд показателей, говорящих об эффективности системы, но влияющих на рост прибыли косвенно, среди которых сокращение сроков производства продукции или оказания услуги; уменьшение брака и рекламаций; точная и своевременная оценка рынка и обеспечение устойчивости в конкурентной борьбе; освоение новых видов продукции и услуг и продвижение их на рынке.

Переход к рынку потребителя повышает требования к уровню качества туристских продуктов. Повышение качества туристского продукта предусматривает улучшение качества гостиничных, транспортных, экскурсионных услуг, а также услуг питания, расширения ассортимента дополнительных и специализированных услуг, которые удовлетворяют разнообразные потребности клиента. Необходимым условием является создание эффективной системы качества на предприятии. Для эффективного построения системы качества на туристическом предприятии необходимо использовать комплексный подход с применением различных методик менеджмента для определения уровня качества туристических услуг, таких как бенчмаркинг и международные стандарты качества. При этом, логистический подход является наиболее приемлемым для внедрения эффективной системы управления качеством на туристическом предприятии и управления обслуживанием туристских потоков. Использование такого подхода на региональном уровне позволит достичь синергетического эффекта в виде дополнительного социально-экономического эффекта за счет усиления взаимосвязей предприятий туристской сферы деятельности.

1. Николаенко, Н. CRM системы в туризме / Н. Николаенко // Туризм. – 2006. – № 5. – С. 24–29.

2. Соколов, И. А. Внедрение моделей инновационной логистики в деятельности туристских фирм в условиях устранения проблем их функционирования / И. А. Соколов // Туризм. – 2007. – № 4. – С. 41 – 47.

3. Крикавський, Е. Логистика. Основы теории / Е. Крикавський. – Львов: «Интеллект-Запад», 2006. – 456 с.

4. Соколов, И. А. Логистика туристического предприятия: учебное пособие / И. А. Соколов. – М. : Изд-во Рос. экон. акад. – 2006. – 258 с.

5. Джеральд, Гловер В. Управление качеством в индустрии гостеприимства: учебник / Джеральд Гловер В. – М. : ЮНИТИ, 2008. – 453 с.

6. Джозеф, Уэст Д. Стратегия обслуживания в предприятиях индустрии гостеприимства: учебник / Джозеф Уэст. – М. : РМАТ, 2001. – 514 с.

7. Балабанов, И. Т. Экономика туризма: учеб. пособие / И. Т. Балабанов – М. : РМАТ, 2003. – 246 с.

УДК 378.011.3:338.48 – 051

К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНО ЗНАЧИМЫХ КАЧЕСТВ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ СФЕРЫ ТУРИЗМА

С. В. СВИРИДОВА

*Луганский национальный университет
имени Тараса Шевченко, Украина*

Процессы евроинтеграции, глобализации требуют от системы образования подготовки высококвалифицированных специалистов, способных гибко реагировать на динамично изменяющиеся потребности сегодняшнего дня. Поэтому одной из основных задач высшей школы является подготовка специалистов с таким набором профессионально значимых качеств, которые отвечали бы стандартам европейского и мирового образования.

Формирование профессионально значимых качеств специалиста происходит в процессе решения соответствующих производственных заданий. Вместе с тем, фундамент их становления закладывает учебное заведение, в котором будущий специалист приобретает не только необходимые знания и умения, но и личностные качества, в значительной степени способствующие его конкурентоспособности и карьерному росту.

Анализируя научную литературу, мы можем отметить, что сам термин „профессионально значимые качества” трактуется неоднозначно.

© С. В. Свиридова, 2012

Наше исследование касается вопросов формирования профессионально значимых качеств будущих специалистов сферы туризма в процессе изучения естественно-математических дисциплин. Под профессионально значимыми качествами будущего специалиста сферы туризма мы будем понимать ряд взаимосвязанных и взаимообусловленных черт и способностей личности, которые способствуют овладению специальными знаниями, умениями и навыками, а также успешной профессиональной деятельности в сфере туризма, личностно-профессиональному росту и совершенствованию.

Мы согласны с мнением А. Марковой, которая указывает на двойственность профессионально значимых качеств, обращая внимание на то, что с одной стороны они являются необходимым условием к профессиональной деятельности, а с другой – сами совершенствуются в процессе приобретения профессионального опыта [2, с. 122].

Естественно-математические дисциплины для студентов туристских специальностей преподаются на первых курсах обучения, когда такое важное качество как профессиональная ориентация студентов еще недостаточно сформировано. Поэтому мы стремимся сформировать у студентов осознанное понимание взаимосвязи естественно-математических и профессиональных знаний, а также восприятие естественно-математических знаний как действенного способа профессионального роста; развивать те направления профессиональной компетентности студента, которые базируются на творческом использовании естественно-математических способов анализа.

Считаем, что в плане развития интеллекта, творческих способностей, профессионального мышления, любознательности студентов, необходимых для будущей эффективной профессиональной деятельности в сфере туризма, естественно-математические дисциплины обладают достаточным потенциалом.

Сформированные в процессе их изучения профессионально значимые качества помогут будущему специалисту видеть проблему

в перспективе, четко ее формулировать и грамотно разрешить. При этом важны такие формы организации обучения естественно-математических дисциплин, которые способствуют развитию у студентов интереса к учебно-познавательной деятельности, творчеству, активизации умственной деятельности.

Формирование профессионально значимых качеств будущего специалиста сферы туризма в процессе изучения естественно-математических дисциплин без сомнения является важным этапом его профессиональной подготовки. Определяя их, мы использовали классификацию, предложенную А. Деркачом и Н. Кузьминой [1], которые выделяют интеллектуальные, нравственные, эмоциональные, волевые и организаторские свойства профессионально значимых качеств. Для наглядности представим их в виде таблицы (табл. 1).

Как показывает практика, знания, умения и навыки, полученные в вузе, зачастую не соответствуют требованиям современных работодателей. Можно констатировать, что выпускник учебного заведения подготовлен больше как исполнитель, тогда как показателем эффективности и успешности его трудовой деятельности является сформированность, целостность личности, готовой к постоянному самообразованию, способной мыслить нестандартно, брать на себя ответственность и быстро принимать правильные решения.

На наш взгляд, выделенный ряд профессионально значимых качеств, формирующихся при изучении естественно-математических дисциплин, в значительной степени определяет способность специалиста сферы туризма работать в современных рыночных условиях.

1. Деркач А. А. Акмеология – наука о путях достижения вершин профессионализма / А. А. Деркач, Н. В. Кузьмина. – М. : Российская Академия Управления, 1993. – 23 с.

2. Маркова, А. К. Психология профессионализма / А. К. Маркова. – М. : Высш. шк., 1996. – 246 с.

Секция 2. Экскурсионная и музейная деятельность

Таблица 1

Профессионально значимые качества будущих специалистов сферы туризма, формирующиеся в процессе изучения естественно математических дисциплин

Интеллектуальные (мышление)	– осознанное стремление к учебно-познавательной деятельности; – необходимый уровень образования и интеллекта; – творчество, самостоятельность мышления
Нравственные (поведение)	– ответственность, – точность; – активность; – целенаправленность
Эмоциональные (чувства)	– уверенность; – стремление к решению сложных практических заданий; – способность к самоконтролю; – настойчивость
Волевые (способность к самоуправлению)	– стремление к самосовершенствованию; – потребность в изобретательности; – терпение, выдержка
Организаторские (механизм деятельности)	– формулирование целей деятельности; – планирование деятельности; – способность прогнозирования, принятия решений

УДК [378.011.3 : 338.488.2] - 051

ПОДГОТОВКА СПЕЦИАЛИСТОВ СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА НА УКРАИНЕ И ЗА РУБЕЖОМ

Е. Е. КАШИНСКАЯ

*Луганский национальный университет
имени Тараса Шевченко, Украина*

В связи с изменениями в системе образования Украины возрастают требования к качеству подготовки конкурентоспособных специалистов любой отрасли, в том числе и сферы гостинично-ресторанного сервиса. На данный момент опыта в подготовке специалистов этой сферы нет, как и нет единой системы подготовки студентов в высших учебных заведениях туристского профиля. Вследствие этого, целесообразно проанализировать опыт ведущих стран в подготовке специалистов этой сферы, выделить наиболее действующие направления, тенденции, зная которые, можно подготовить высококвалифицированные кадры, отвечающие высоким требованиям рынка рабочей силы в сфере гостинично-ресторанных услуг.

Современное профессиональное образование в сфере гостеприимства обнаруживает

следующие тенденции в подготовке специалистов гостинично-ресторанного бизнеса:

- обеспечение опережающего обучения с учетом перспектив развития сферы гостеприимства и развития потребностей потребителей;
- вариативность профессионального обучения в соответствии с изменениями рынка труда и запросов обучающихся;
- подготовка специалистов-универсалов, способных гибко реагировать на изменяющиеся условия труда в сфере обслуживания;
- обеспечение непрерывности профессиональной подготовки с учетом потребностей и личных качеств обучающихся.

Возможным этапом на пути становления профессионала гостинично-ресторанного бизнеса является *опережающее профессиональное образование*, которое ставит перед собой цель повышения общей и профессиональной готовности возможных претендентов на те или иные вакантные места, при этом решая острую проблему “авральную” подготовки и переподготовки “кадров” в постоянно развивающейся сфере обслуживания [1].

В связи с этим возможным вариантом решения поставленной задачи является разработка новых программ профессионального образования совместно с работодателями,

органами занятости населения, отраслевыми министерствами, ведомствами, при этом четко прослеживая мировые тенденции как в процессе работы гостиниц/ресторанов, так и в подготовке специалистов для этой сферы.

Вариативность профессионального обучения в сфере обслуживания реализуется через индивидуализацию образования: предоставление студентам достаточно большого многообразия полноценных, качественно специфичных и привлекательных вариантов образования, спектра дополнительных возможностей [2]. Реализация идей вариативности профессионального обучения в гостинично-ресторанной сфере возможна через создание более широкого разнообразия образовательных программ, через гибкость в их выборе и выборе возможного программно-методического обеспечения, образовательных технологий.

Подготовка специалистов-универсалов может реализоваться с помощью введения в образовательный процесс разноплановых учебных дисциплин, тренингов по регуляции эмоциональных состояний, разрешению конфликтов, основам этнопсихологии и т. п. Особое внимание следует уделять совмещению теории с практикой, при этом следует заключать договора на практику с предприятиями, которые заинтересованы в обучении будущих специалистов. Практику за границей желательно выстраивать таким образом, чтобы студент мог изучить работу в гостинице/ресторане, пребывая на разных должностях.

Подготовка кадров для гостинично-ресторанного сервиса позволяет выявить необходимость внедрения в процесс подготовки кадров принципов непрерывного образования, которые включают в себя несколько образовательных уровней.

Как показывают исследования, принципиальная кадровая схема в сфере услуг включает две системы подготовки:

– специализированная профессиональная подготовка для гостиничных/ресторанных предприятий, непосредственно принимающих участие в производстве услуги/продукта;

– подготовка специалистов массовых профессий для смежных отраслей национальной экономики.

При этом каждая из этих систем имеет образовательные уровни.

1. Высший (институционально-управленческий).

2. Средний уровень (управленческо-технологический).

3. Начальный, или низший, уровень (технологическо-исполнительский).

Приведенная схема позволяет проводить многовариантную подготовку специалистов гостинично-ресторанной отрасли в условиях динамичных изменений на рынке сферы услуг [3, с. 114–120; 4, с. 121–123].

Принципы многоуровневого и непрерывного образования можно реализовать с помощью школ гостеприимства, которые, после системы школа – лицей – училище – колледж – вуз, осуществляют переподготовку, повышение квалификации, отечественную и зарубежную стажировки и дальнейшее трудоустройство, в частности за границей.

Таким образом, ставя перед собой задачи повышения качества образования в гостинично-ресторанной сфере, нужно учитывать мировые тенденции развития отрасли, опыт передовых зарубежных стран в учебно-образовательном процессе, который пребывает в состоянии постоянного поиска путей совершенствования образования в сфере гостеприимства.

Непосредственно дальнейшая работа в области подготовки профессиональных кадров в гостинично-ресторанной сфере должна вестись в направлении разработки единого стандарта подготовки специалистов, так называемой «модели» специалиста для сферы обслуживания.

1. Новиков П. М., Зуев В. М. Опережающее профессиональное образование: научно-практическое пособие [Электронный ресурс] / П. М. Новиков, В. М. Зуев. – М. : РГАТиЗ. – 2000. – 266 с. – Режим доступа к изд. : http://eop.narod.ru/nov/n2_007.htm

2. Общая педагогика [Электронный ресурс]. – Режим доступа к изд. : http://krip.kbsu.ru/pd/op_lek_8.html

3. Герасименко В. Г. Трансформация международного туризма и ее отражение в процессе подготовки кадров / В. Г. Герасименко // Региональный сборник научных трудов по экономике.

Секция 2. Экскурсионная и музейная деятельность

– Донецк : Прометей, 1999. – Вып.1. – С. 114–120.

4. Штейн Г. А. Рынок и необходимость инноваций экономического образования в процессе подготовки менеджеров туристического бизнеса / Г. А. Штейн // Вісник ДІТБ. – 2000. – № 4. – С. 121–123.

УДК 378.011.3 : 338.48 – 051

КОММУНИКАТИВНАЯ КОМПЕТЕНЦИЯ КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ГОТОВНОСТИ БУДУЩИХ МЕНЕДЖЕРОВ ТУРИЗМА К МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Н. В. КОБЗАРЬ

*Луганский национальный университет
имени Тараса Шевченко, Украина*

В условиях быстро развивающегося международного сотрудничества во всех сферах жизни общества современный специалист должен обладать не только глубокими профессиональными знаниями и умениями, но и способностью осуществлять адекватное межкультурное взаимодействие с представителями других культур. Это особенно актуально для будущих менеджеров туризма, поскольку их деятельность в значительной мере связана с межкультурным взаимодействием. Поэтому в процессе профессиональной подготовки будущих менеджеров туризма важную роль играет формирование готовности к межкультурной коммуникации.

Проблема межкультурной коммуникации в последнее время приобрела значительную актуальность и активно разрабатывается отечественными и зарубежными учеными. Социально-философский аспект проблемы разрабатывают украинские и российские ученые: П. Донец, К. Мацык, И. Мязова, И. Наместникова и другие. Лингвистические аспекты исследования проблемы представлены в работах Э. Холла, М. Бергельсон, А. Вежбицкой и других. Исследованием места межкультурной коммуникации в туристическом образовании занимаются Е. Мошняга, Н. Козырева, М. Соколова, Н. Бе-

резницкая и др. Большое количество исследований посвящено изучению межкультурной коммуникации в процессе изучения иностранных языков, а также формированию коммуникативной, социокультурной и межкультурной компетенций: Е. Пассов, В. Сафонова, П. Сысоев, И. Плужник и др.

Основываясь на фундаментальных положениях педагогической науки относительно понятия «готовность», в нашем исследовании мы определяем готовность к межкультурной коммуникации будущих менеджеров туризма как интегративное качество личности, которое подразумевает владение специалистом специальными знаниями, умениями и навыками, а также коммуникативной, социокультурной и лингвистической компетенциями и наличие стойких мотивов и позитивного отношения к межкультурному взаимодействию. Готовность к межкультурной коммуникации как интегративное качество личности имеет сложную структуру, в состав которой входят определенные компоненты и их показатели. Одним из показателей проявления коммуникативно-деятельностного компонента обозначенной готовности является коммуникативная компетенция.

Коммуникативная компетенция является компонентом межкультурной коммуникации и интегративным дополнением готовности к межкультурной коммуникации. Н. Гальскова считает, что формирование и развитие межкультурной компетенции возможно только при условии сформированности коммуникативной [1]. Для будущих менеджеров туризма основным видом их будущей профессиональной деятельности является именно коммуникация, поэтому коммуникативная компетенция является неотъемлемой составляющей готовности к межкультурной коммуникации. Для будущего специалиста необходимыми условиями успешной профессиональной деятельности являются осознание особенностей процесса коммуникации, овладение коммуникативными приемами и стратегиями, приемами вербальной и невербальной коммуникации и коммуникативной компетенцией, которая включает в себя способность использовать иностранный язык для достижения профессионально значимых целей.

В процессе изучения проблемы коммуникативной компетенции в подготовке специалистов зарубежные и отечественные исследователи, такие как: Е. Пассов, В. Сафонова, Н. Хомский, Р. Мильруд, Н. Гальскова и др. [2, 1] подчеркивают важность данной компетенции в профессиональной деятельности специалиста и единогласно соглашаются, что такое многогранное явление, как коммуникативная компетенция, включает в себя несколько взаимосвязанных компетенций. Так, в составе коммуникативной компетенции выделяют следующие компоненты: лингвистическая, дискурсивная, социокультурная, стратегическая компетенции, некоторые ученые добавляют прагматическую, социолингвистическую, речевую и социальную компетенции. Такие компоненты коммуникативной компетенции, как лингвистическая и дискурсивная компетенции, обеспечивают лексическую и грамматическую правильность речи, умение формулировать высказывание как единицу речи. Социолингвистическая и социокультурная компетенции в составе коммуникативной обеспечивают способность личности воспринимать поликультурный и многоязычный мир, уважительно и толерантно относиться к культурным особенностям и духовно-моральным ценностям представителей других культур. Стратегическая компетенция связана с умением использовать приемы вербального и невербального общения, коммуникативные стратегии для достижения взаимопонимания в соответствии с конкретной коммуникативной ситуацией [3].

Таким образом, коммуникативная компетенция обеспечивает не только формирование и функционирование единиц речи, но и способность специалиста организовывать собственное речевое и неречевое поведение в соответствии с целями общения. Коммуникативная компетенция как профессиональное качество специалиста способствует эффективному межкультурному взаимодействию и позволяет в процессе межкультурного общения выбирать нужные речевые приемы согласно социокультурному контексту, создавать дискурсы, использовать социолингвистические средства, выбирать стратегии и тактики общения для достиже-

ния поставленных целей и взаимопонимания в общении.

1. Гальскова, Н. Д. Теория обучения иностранным языкам: Лингводидактика и методика : учеб. пособие для студ. лингв. ун-тов и фак. ин. яз. высш. пед. заведений / Н. Д. Гальскова, Н. И. Гез. – М. : Академия, 2004. – 336 с.

2. Сафонова, В. В. Коммуникативная компетенция: современные подходы к многоуровневому описанию в методических целях / В. В. Сафонова / Серия: О чём спорят в языковой педагогике. – М. : Еврошкола, 2004. – С. 18.

3. Наролина, В. И. Межкультурная коммуникативная компетентность как интегративная способность межкультурного общения специалиста [электронный ресурс] / В. И. Наролина // Эл. журн «Психологическая наука и образование». – 2010. – № 2. – Режим доступа : www.psyedu.ru

УДК[378.011.3 : 338.48](477)

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В СФЕРЕ ТУРИЗМА: ПРОБЛЕМЫ И СПОСОБЫ РЕШЕНИЯ

Г. П. ЩУКА

*Луганский национальный университет
имени Тараса Шевченко, Украина*

Система профессионального образования в туризме, как и сам туризм, очень разноплановое явление, намного сложнее, чем другие системы профессионального образования, потому что тесно связана с духовными и материальными аспектами прошлого и современного.

Так случилось, что процесс становления системы туристского образования на Украине совпал с кардинальным реформированием всей системы отечественного образования, стремительным развитием мирового туристского рынка при отсутствии в стране опыта подготовки кадров для предприятий сферы туризма и недостаточным уровнем ее развития. В результате количество ошибок, которые неизбежны при формировании нового направления подготовки, оказалось значительным. Поэтому мы решили в данной статье проанализировать существующие

© Г. П. Щука, 2012

Секция 2. Экскурсионная и музейная деятельность

проблемы туристского образования и рассмотреть способы их решения.

Очевидно, что существующие в туристском образовании проблемы достаточно разноплановые: многие характерны для системы отечественного образования в целом, другие касаются лишь профессионального образования, некоторые – отдельных уровней образования и т.д. Мы стремились выделить лишь те из них, которые встречаются непосредственно в туристском образовании. Выделенные проблемы были условно распределены на две группы: первая объединяет вопросы, связанные с общими принципами организации системы туристского образования в стране, вторая – проблемы, возникающие в учебном процессе.

Одна из главных проблем организации системы профессионального образования в туризме, на наш взгляд, заключается в том, что в **Классификаторе видов экономической деятельности** туристская деятельность ограничивается деятельностью туроператоров, турагентов, экскурсионных бюро. Отсюда следует, что профессиональное образование в туризме сводится к подготовке туристских агентов, менеджеров по туризму, экскурсоводов и гидов-переводчиков. Значит, подготовка специалистов гостиничного дела, аниматоров, инструкторов детско-юношеского туризма и т.д. оказывается за пределами этой системы, что вносит путаницу в наполнение содержания образования.

Развитие туристского рынка привело к созданию новых профессий в сфере туризма, постепенно они были внесены в Классификатор профессий: туризмолог, туризовед, экскурсовед и т.д., но отсутствие квалификационных характеристик, соответствующих должностей на предприятиях сферы туризма, приводит к тому, что нововведения практически не были учтены при формировании отраслевых стандартов подготовки.

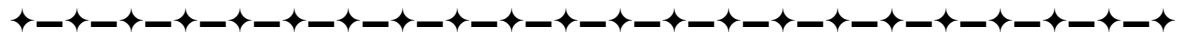
До сих пор практически отсутствует система прогнозирования и постоянного мониторинга текущих и перспективных потребностей отечественного туристского рынка. Заявления о недостатке специалистов со средним профессиональным образованием в туризме, с нашей точки зрения, касаются больше гостиничного бизнеса. Претензии работодателей к уровню подготовки вы-

пускников необоснованны: с их стороны не было выражено даже пожелания к профессиональным компетенциям будущих специалистов, не говоря уже о детально продуманной квалификационной характеристике, которая до сих пор отсутствует; на должность агента по туризму, которая предполагает наличие начального профессионального образования, принимаются специалисты исключительно с высшим, причем большей частью не специальным, образованием. И этот перечень можно продолжить.

Решение данных проблем возможно только совместными усилиями путем создания единого координационного научно-методического центра профессионально-квалификационной подготовки кадров туризма в масштабах Украины с обязательным привлечение работодателей. Причем деятельность специалистов этого центра должна достойно оплачиваться, энтузиазм, на котором держалась отечественная туризмология, похоже, себя исчерпал. В задачи центра будет входить приведение в соответствие различных нормативных документов, регулирующих систему туристского образования в стране; определение профессий и составление их квалификационных характеристик, проведение мониторинга потребностей туристского рынка и т.д.

Очень остро на Украине стоит вопрос стандартизации профессионального образования в туризме. Стандарты второго поколения (2010 г.) уже на момент своего утверждения были устаревшими, до сих пор они представлены только образовательно-профессиональными программами, которые содержат грубые ошибки в перечне обязательных дисциплин, противоречия и неточности при определении специализаций. Необходимо создать рабочую группу из наиболее опытных преподавателей ведущих туристских вузов страны, разработать стандарт на основе компетентностного подхода, провести открытое его обсуждение, рассмотреть предложения и утвердить. Эта же группа должна отслеживать реализацию принципа непрерывности в профессиональном туристском образовании.

Полагаем, что вопросы равномерности распределения туристских вузов по территории страны, проходной бал и количество



абитуриентов не требуют жесткого государственного регулирования и будут разрешаться по мере развития туристского бизнеса в стране.

А вот создание единой информационной среды в сфере туризма требует объединения всех отечественных туризмологов. Необходимо, наконец, согласовать основные туристские термины и понятия и выработать единый концептуальный язык; определиться с названием и содержанием дисциплин цикла профессиональной подготовки; решить вопрос о профессиональном издании и т.д.

Значительных усилий требует решение вопроса об научно-методическом обеспечении учебного процесса. Предлагаемые учебники и пособия в большинстве случаев не соответствуют стандартам, содержат устаревшие требования и, самое, неприятное, дублируют друг друга.

Существующие программы в большинстве своем не отвечают реальным потребностям сектора туризма в силу их академичности и отсутствия направленности на практическую работу в туристской индустрии. Количество практик, хотя постоянно увеличивается, не позволяет подготовить в должной мере выпускника к практической деятельности. Предприятия сферы туризма принимают студентов на практику неохотно и не заинтересованы в результатах обучения. Здесь необходимо вмешательство государства; только на личных контактах, как это делается сейчас, эту проблему не решить.

Учитывая проблему с кадровым обеспечением процесса подготовки специалистов для предприятий сферы туризма, необходимо ввести дополнительные специальности в аспирантуре и диссертационных советах, внедрить программы повышения квалификации профессорско-преподавательского состава, сделать обязательной стажировку на ведущих предприятиях индустрии туризма, желательно зарубежных, учитывая состояние отечественной сферы туризма.

Но это достаточно поверхностное рассмотрение проблем профессионального образования в туризме, решение каждой из них предполагает проведение отдельного глубокого исследования.

УДК069.1:7.071.5

ЭКСКАРСИОННАЯ И МУЗЕЙНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ДИЗАЙН-ОБРАЗОВАНИИ

Е. В. ГОНЧАРОВА, Т. В. ДЗЕРВЕ

Омский государственный институт сервиса

При анализе современной социокультурной ситуации не приходится отрицать сложное взаимодействие глобальных и локальных тенденций, которые проявляются во всех сферах, в том числе и в сфере культуры, науки и дизайна. Процессы дифференциации и интеграции знания протекают с такой интенсивностью, что вне учета серьезности этой проблемы не может сколько-нибудь плодотворно строиться никакое философское, логико-методологическое, науковедческое развитие любой сферы познания. Отражая происходящие кардинальные изменения в обществе и культуре, музеи в современном мире также переживают существенные трансформации.

«Меняющийся музей в меняющемся мире» – это отражение существующей реальности. Очевидно, что музейная деятельность приобретает все большее социокультурное значение, возрастает роль музеев в сохранении и интерпретации культурного наследия, в сложных процессах социальной адаптации и культурной идентификации, в образовательном процессе, особенно в дизайн-образовании. Современные музеи «де-факто» становятся центрами образования, коммуникации, культурной информации и творческих инноваций.

Современная социокультурная ситуация побуждает музеи к поиску своеобразия, к необходимости генерировать новые знания, идеи, духовные ценности. Из института, фиксирующего достигнутый уровень общественного сознания, музей становится явлением культуры, придающим этому сознанию поступательную динамику. Важным становится разнообразие форм интерпретации аккумулированной в музее информации, а не ее односторонняя трактовка, что привело к «взрыву» музейно-педагогической активно-

© Е. В. Гончарова, Т. В. Дзерве, 2012

Секция 2. Экскурсионная и музейная деятельность

сти и возрастанию роли музейного проектирования.

Однако в последнее время отмечается распространение нового термина – музейная сфера. Его содержание вызвано, по мнению исследователей, появлением на музейном горизонте организаций, тесно связанных с музеями это прежде всего учебные заведения художественной, дизайнерской, архитектурной направленности, а также исследовательские, аналитические, информационные, консалтинговые, координационные центры, общественные организации, фонды. Очевидно, что развитие музейной деятельности в регионе без учета взаимодействия с этими организациями было бы не полным.

Следствием интеграции музеев и социума является возрастание роли образовательной функции музея. Статистические данные обнаруживают количественный рост посетителей музеев во всем мире, но для музееведения гораздо важнее качественные изменения моделей взаимоотношения между музеем и его аудиторией. Отражением «вторжения» музея в социальное пространство и расширения его образовательных функций стало интенсивное развитие музейной педагогики, которая особое внимание уделяет изучению сотрудничества и сотворчества музейного педагога и посетителя. Музейно-педагогические исследования направлены на целостное осмысление взаимодействия музея с посетителем с учетом психологических, социологических и культурологических составляющих, на разработку программ и проектов, предусматривающих самостоятельное ознакомление с пространством музея, создание интерактивных экспозиций и разработку музейно-педагогических методик, направленных на преодоление пассивно-созерцательных форм, а их реализация позволяет посетителю выбирать маршруты движения, выстраивать собственные ассоциации.

Приоритетной аудиторией современного музея любого вида и профиля являются дети всех возрастов, включая студентов будущих дизайнеров. Развитие этого направления в музейной педагогике является неотъемлемой частью новейших образовательных программ в области обучения дизайну. Такие важные предметы как «храмоведение», «ис-

тория искусства», «история дизайна», «проектирование», «живопись», «рисунок», «дизайн и монументально-декоративное искусство в формировании среды» включают в свои учебные программы обязательную работу по глубокому изучению и копированию образцов мировой художественной культуры и искусства. В программах обучения дизайну важное место отведено выездной музейной практике, которая не только знакомит студентов с шедеврами мирового искусства и архитектуры, являясь творческим источником в их настоящей и будущей дизайнерской деятельности, но и формирует художественный вкус и мировоззрение.

Происходящее изменение музеев и самих представлений о них, обусловлено внедрением новых информационных технологий. В условиях визуализации культуры, которая сопровождается утратой «чувства подлинности», снижением способности к эстетическому восприятию, значение музея возрастает как никогда прежде, поскольку его обращенность к подлинному предмету, к его созерцанию призвана противостоять негативным явлениям. Встречу с подлинным шедевром, раритетом не могут заменить никакие воспроизведения, даже если они созданы на основе самых передовых технологий.

Учитывая всё вышесказанное, необходимо отметить, что культурно-образовательная деятельность – одно из основных направлений деятельности музея, теоретической основой которой является музейная педагогика; важное звено музейной коммуникации. Сегодня преподаватели вузов имеют широкие возможности для чтения лекций непосредственно находясь перед музейной экспозицией, воочию созерцая предметы исследований.

Музей рассматривается как важное средство развития творческого потенциала человека, формирования его ценностных ориентаций.

В качестве самостоятельного направления работа с публикой выделилась из других сфер музейной деятельности в конце 19-начале 20 в., получив название культурно-воспитательная работа, на рубеже 1950-60-х гг. – научно-просветительная работа. На каждом историческом этапе изменение термина отражало новые содержательные ас-

пекты музейной работы и новые задачи музея в обществе.

Формы культурно-образовательной деятельности музеев разнообразны. К традиционным относятся экскурсии и лекции, сложившиеся ещё в конце 19 в.

Для успешной реализации образовательных программ и разработки методик и содержания конкретных форм в музее осуществляется изучение музейной аудитории и, соответственно, дифференцированный подход к различным группам посетителей. Образовательные программы учитывают специфику конкретного музея и особенности его музейного собрания.

Экспозиционная деятельность – одно из основных направлений деятельности музея; является основой музейной коммуникации и базой для реализации культурно-образовательной деятельности музея.

Музейная экспозиция объединяет музейные предметы на основе единого концептуального замысла. Проектирование экспозиции – сложный многоэтапный процесс, включает в себя научное, художественное, техническое и рабочее проектирование. В научной концепции обосновывается тема экспозиции и её содержание, определяются цели и методы их достижения. Под архитектурно-художественным решением понимают поиск художественного образа будущей экспозиции, способного воплотить научное содержание. Создание экспозиционного пространства часто является темой выпускных квалификационных работ студентов дизайнеров, где предоставляется реальная возможность воплощения творческих замыслов.

Сложность и динамичность общественной жизни, увеличение масштабов инновационных процессов в культурном, образовательном и информационном пространствах определяют необходимость распознавать положительные и негативные тенденции в развитии экспозиционной и музейной деятельности в дизайн-образовании. Границы изучения пока не очерчены строго, а на многие вопросы нельзя дать однозначные ответы. Круг вопросов, требующих рассмотрения, достаточно широк, и было бы неправильно пытаться дать на них исчерпывающие ответы в данной статье. Мы стремились

обозначить лишь основные, магистральные направления развития.

УДК 069.122:371.233

**ВЫСТАВКА-ЭКСКУРСИЯ
В ГОРОДСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ
СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ПРОЕКТ
«ОТКРЫТОЕ МЕСТО»**

Т. Н. МОИСЕЕВА

Омский государственный институт сервиса

Общая тенденция потребительского, безответственного отношения к культуре, а так же пассивная гражданская позиция являются серьёзными проблемами в современном обществе.

Видится необходимость в получении опыта переосмысления восприятия памятников культуры, возможность освоения новых городских пространств, казалось бы, ничего не значащих мест, которые могут таить в себе интересные факты, истории и мифы. Это позволит трансформировать отношение горожан к той среде, в которой они живут, актуализировать равнодушное, бережное и уважительное отношение к родному городу.

Ещё одна не менее актуальная проблема российских городов, это проблема сохранения памятников архитектуры. Омск не является исключением. Облик города постоянно меняется, появляются новые архитектурные сооружения, исчезают старые. Мировая практика показывает, что самый эффективный инструмент защиты памятников архитектуры от безответственного отношения к ним и к их истории – это понимание всеми слоями общества значимости этих зданий для города как в плане их эстетической, культурной уникальности, так и в плане экономической выгоды для города.

Объекты, выброшенные из культурного городского ландшафта, или неизвестные места, которые хранят в себе историю, но так и оставшиеся незамеченными для жителей города, должны быть восстановлены в памяти горожан. Если не знать свою историю и культуру, то как можно считать себя полноценными жителями своей малой родины? В

© Т. Н. Моисеева, 2012

Секция 2. Экскурсионная и музейная деятельность

эпоху процессов глобализации и национальной унификации культур необходимо понимать культурную среду родного города, ощущать и идентифицировать себя с ней.

С целью способствования формирования у жителей Омска культурной идентификации через восприятие и осознание образа и духа города в мае – сентябре 2011 года в городе Омске был осуществлён социокультурный проект «Открытое Место» («ОМ»).

Для достижения поставленной цели организаторами проекта были определены следующие задачи:

- Привлечь внимание населения г. Омска к существующим культурным местам и объектам городской среды, памятникам архитектуры, исчезающим из общего внимания и памяти.

- Ознакомить горожан с историей городских пространств, создав их образы средствами современного искусства.

- Привлечь молодёжь к решению социально значимых проблем, используя их творческий потенциал.

- Вовлечь в проект представителей профессионального культурного сообщества.

- Закрепить в памяти культурное наследие родного Города.

Внимание проекта «Открытое Место» было нацелено на изучение культурных аспектов городской среды, её исторических особенностей, характера и духа места. Проект позволил жителям Омска заново ознакомиться с известными постройками или открыть для себя новые неизвестные им места. С помощью организаторов и участников проекта город приоткрыл свои тайны во время проведённой акции в форме выставки-экскурсии. Интерактивная акция 2011 года была посвящена исчезающим или исчезнувшим, но пока ещё не забытым городским явлениям, например таким, как: «Мелодия омских городских часов», танцплощадка «Волна», «Дом Модерн» и т.п.

Для реализации проекта «Открытое Место» на конкурсной основе были сформированы авторские группы из представителей студенческой творческой молодёжи. Они выбрали культурные средовые объекты, по которым провели автобусную и велосипедную экскурсии. Каждая точка маршрута экскурсии (их было 9 в разных частях города)

была уникальна по своему наполнению, где рассказ об интересных исторических фактах совмещался с визуальным материалом, объясняющим её ценность, проблемы и перспективы дальнейшего существования. Для этого участники творческих групп предварительно ознакомились с исторической информацией в архивах, систематизировали и проанализировали её. Чтобы рассказ их был интересен и понятен публике, участники творческих групп провели арт-презентации в нестандартной форме, используя эстетико-выразительные и смысловые возможности театральных действий, объёмно-пространственных композиций, графики, живописи и т.д. Каждая из команд выбрала какую-либо форму интерактивного действия для привлечения внимания зрителей, что позволило сделать их не просто сторонними наблюдателями, а активными участниками творческой акции.

Немаловажной особенностью этого проекта является возможность достижения значительного социального эффекта с привлечением сравнительно небольших финансовых вложений.

В ходе акции прошло анкетирование зрителей для обратной связи. На основании этого опроса можно утверждать, что в итоге реализации проекта были получены следующие результаты:

- активизировалось живое внимание к городу, к его духу и истории через знакомство горожан с памятниками культуры и архитектуры, находящимися вне общего внимания;

- возрос интерес к культурному наследию города у жителей Омска благодаря знаниям, которые были подкреплены образами, эмоциями, чувственным опытом, полученными в ходе посещения экскурсий;

- произошло изучение и творческое переосмысление объектов городской среды у участников проекта – авторов арт-презентаций;

- был проявлен интерес к такой новой форме экскурсии, как выставка современного искусства в городском пространстве;

- проект внёс вклад в формирование культурной идентичности омичей.

В средствах массовой информации широко освещался проект, что способствовало привлечению внимания большого количе-

ства людей разного возраста, социального уровня к объектам культурного наследия.

Уделяя внимание памятникам культуры, мы сохраняем индивидуальность города и его историю, способствуем его туристической и экономической привлекательности. Ведь город, забывший свою историю, как город без лица, и вряд ли может оказаться стабильным и перспективным.

УДК 379. 852

ЭКСКУРСИОННЫЙ ТУР В ЗЕРКАЛЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЭТИКИ

Я. В. ВЕДОМСКАЯ

*Санкт-Петербургский государственный
университет культуры и искусств*

Известный историк и краевед И. М. Гревс писал: «Кому удалось в юношеские годы хорошо путешествовать, тот вступает в жизнь с незаменимым запасом таких знаний, умственных навыков и душевных сил, каких он не мог бы почерпнуть ни у какого иного источника: годы учения (Lehrjahre) должны быть на самом деле и в собственном смысле годами странствий (Wanderjahre)» [5]. А учителем, в этом случае может и должен выступать специалист-профессионал, способный любое путешествие превратить в непрерывный процесс познания мира. Важнейшим качеством такого «учителя» выступает профессиональная компетентность, которая, в свою очередь, является основной категорией профессиональной этики специалиста в области туризма.

Туристский рынок в нашей стране – так же, как и во всем мире, динамично развивается, год от года охватывая в качестве клиентов и лиц, профессионально занятых туристским сервисом, все большую часть населения. Помимо важной роли обеспечения отдыха населения, данная сфера деятельности имеет огромное значение и в качестве серьезного донора национальной экономики. Современный туризм отличает глубокая сегментация услуг, которая привела к образованию различных специализированных видов туризма, имеющих ярко выра-

женную социальную значимость: образовательный туризм, туризм для лиц с ограниченными физическими возможностями, спортивный туризм и т.п. Однако в любом, даже в уже устоявшемся бизнесе, возникают свои трудности – клиент более не желает довольствоваться стандартным набором услуг и, угождая желаниям заказчика, исполнитель вынужден прибегать к различным способам, чтобы не прекратить свою хозяйственную деятельность. Кроме того, уже упоминавшаяся сегментация рынка туристических услуг сделала практически невозможным существование универсального специалиста в данной сфере. Пришло время узкой профессиональной специализации.

Поскольку для решения проблем развития туристского рынка необходимы квалифицированные кадры, то совершенно очевидна актуальность, с одной стороны, разработки содержательных и профессиональных схем обучения специалистов для данной сферы, а с другой стороны – формирование моделей поведения и должностных инструкций для специалистов, реализуемых в квалифицированных требованиях к туристским профессиям. Ведь неразработанность стандартов и отсутствие четких требований к сотрудникам организаций туристского профиля не позволяет качественно организовать их труд.

Впервые классификацию профессионально-квалификационной структуры кадров туризма предложил В. А. Квартальнов в 1993 году. К группе «работники туризма» он отнес экскурсоводов, гидов-переводчиков, инструкторов методистов, руководителей туристских групп, организаторов путешествий и экскурсий, инструкторов туристских групп. Но время идет, структура развивается и появляются новые специалисты, с новыми функциональными обязанностями. Так в российском туризме появился новый термин – «турлидер», потеснивший «старых знакомых» – групповода и экскурсовода. Что же включает в себя это понятие? В широком смысле толкования термина, турлидер – глава, руководитель, организатор любого уровня туристской деятельности. В узком смысле – сопровождающий руководитель туристской группы, ее «менеджер», призванный оперативно решать весь спектр возникающих организационных вопросов.

Секция 2. Экскурсионная и музейная деятельность

Любой экскурсионный тур представляет собой наглядный процесс познания человеком окружающего мира, построенный на заранее подобранных объектах, и турлидер сегодня – это многопрофильный специалист, совмещающий в себе несколько профессий. Он должен не только хорошо знать маршрут, обычаи и условия туризма в стране пребывания, но и контролировать выполнение экскурсионной программы и качество обслуживания, оформлять необходимые документы и обеспечивать формальности (таможенные, например). Турлидеру приходится брать на себя обязанности экскурсовода и аниматора, умеющего заполнить паузы при переезде из одной точки в другую интересной программой, подготавливая группу к посещению следующего объекта. Кроме того, турлидеру важно быть хорошим психологом (в любой туристской группе, не исключая спортивные и узкоспециальные, контингент сборный – и различным характерам, эмоциональным типам, физическому состоянию и возрастному составу – турлидер должен противопоставить мягкость, понимание, упорство и бездну терпения). От четкости и результативности его работы во многом зависит успех туристской поездки и, следовательно, степень удовлетворенности ее участников, исполнение рекреационных ожиданий и, в конечном счете, успешность бизнеса туроператора.

Для соответствия столь высоким требованиям, турлидер должен обладать значительными и разнообразными знаниями: в истории посещаемых стран; в искусстве (архитектура, литература, живопись и т.д.); в географии (ландшафтоведение); в этнографии; в политологии и т.д. Подобное предполагает высокий уровень гуманитарного образования и широкую эрудицию. Кроме того, турлидер должен быть в курсе современной жизни, что требует постоянного обновления информации, получаемой из различных источников.

Для достижения желаемого успеха турлидеру необходимо развивать следующие способности:

– конструктивные способности: умение творчески отобрать наиболее интересный материал для текста экскурсии, умение использовать главные методические приемы

проведения экскурсий – показа и рассказа, учитывая специфику тура;

– организаторские: умение руководить группой, направлять внимание туристов и выполнять возложенные на турлидера технические обязанности по организации тура (оформление бумаг, вопросы размещения и т.д.);

– коммуникативные: способность устанавливать хорошие взаимоотношения в группе, умение их перестроить, при необходимости, в соответствии с изменившейся обстановкой.

Необходимо также отметить, что турлидер часто выполняет обязанности по организации самого тура как вместе с представителем турфирмы, так и без него. В эти обязанности входит знание маршрута следования, программы обслуживания туристов (правила и порядок поездок, размещение, питание и т.д.), знание содержания и правил оформления документов, необходимых реквизитов принимающих организаций, оформление документов (на транспорт, проживание и т.д.), ознакомление туристов с маршрутом поездки, ведение экскурсий в соответствии с методическими указаниями и применительно к особенностям контингента туристов и многое другое.

И. М. Гревс писал: «Одно непосредственное общение с новыми и новыми фактами жизни земли и человеческой культуры питает дух животворными соками, которые будут спасать от неподвижности умственного застоя, от механизмирующего погружения в рутину и ученого, и писателя, и педагога, и общественного деятеля. Окунайтесь в широкий мир – это значит охранять и развивать в себе человека ...» [5]. Профессиональная этика, как и любая теория не дает ответа на все случаи жизни в трудовой деятельности специалиста по туризму, но призывает творчески подходить к решению этих вопросов, учитывая постоянно меняющиеся условия и тем самым постоянно совершенствуя механизм взаимодействия: человек – профессионал – коллектив – общество.

1. Воронцова М. Г. Туризм: организация и управление : учебное пособие / М. Г. Воронцова. – СПб. : СПбГУКИ, 2004. – 208 с.

2. Машбиц Л. Г. Основы страноведения / Л. Г. Машбиц. – М. : Просвещение, 1999. – 268 с.

3. Менеджмент туризма: туризм как объект управления. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 336 с.

4. Профессиональная этика : учебное пособие для высших учебных заведений. отв. ред. Росенко М. Н., СПб. : ООО ИД «Петрополис», 2006. – 200 с.

5. Лычко А. Концепция экскурсий И. М. Гревса. – <http://kogni.narod.ru/lychko.htm>

УДК 069:316

ПОТЕНЦИАЛ МУЗЕЯ ДЛЯ ИСТОРИКО-ПАТРИОТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ ПОДРАСТАЮЩЕГО ПОКОЛЕНИЯ

И. А. ВЕРХОВЫХ

*Санкт-Петербургский государственный
университет культуры и искусств*

*Сегодня, не имеющее вчера, не имеет завтра.
Марина Цветаева*

Интерес к вопросам теории и практики историко-патриотического воспитания обусловлен его важнейшими функциями в сохранении культурной преемственности поколений и духовном развитии личности. В современном обществе усиливается «духовная мутация», происходит отчуждение человека от корневых основ культуры своего народа.

Историко-патриотическое воспитание способно сформировать личность молодого человека как органичного носителя ценностей и норм родной культуры, обеспечить овладение национальными традициями своего народа, создать предпосылки для обретения идентичности и взаимопонимания между разными этническими группами. Однако педагогические возможности традиций в системе историко-патриотического воспитания подрастающего поколения в настоящее время используются не в полной мере в силу ряда причин: недостаточная теоретическая разработанность феномена историко-патриотического воспитания в новом социально-культурном контексте; кадровая не-

обеспеченность образовательных и досуговых программ. В этой связи возникает потребность в теоретическом обосновании условий оптимизации воспитательного процесса в соответствии с объективными социально-культурными реалиями, учетом региональной специфики, пониманием сущности традиций народной культуры.

Музейная педагогика определяется как «пограничная научная дисциплина, находящаяся на стыке музееведения и педагогических наук, исследующая образовательные цели применительно к специфическим формам музейной коммуникации» [1, с. 26]. Изучение современной практики музейного дела свидетельствует о постоянном возрастании роли музеев в системе образования, науки и культуры, их влиянии на воспитание подрастающего поколения.

Историко-краеведческие музеи, призванные отразить эпоху, превратить документы истории и образцы культурной деятельности в средство информационно-логического и эмоционально-образного воздействия, помогают в обеспечении духовной преемственности поколений. Посредством своих материалов они способны эффективно воздействовать на формирование патриотических качеств личности, поликультурного сознания. Одновременно это важный вклад в воспитание личности, способной к самовоспитанию и саморазвитию, в обогащение духовной жизни, в рациональную организацию досуга и культурного отдыха. При этом основная задача видится не просто в пополнении исторических знаний, а в привитии навыков исторического мышления, формировании чувства гордости за свою страну. Музей является местом, где человек не только приобретает знания, но и воспринимает накопленный исторический опыт, усваивает эстетические ценности, получает мировоззренческий и эмоциональный заряд.

Познание в музее носит предметный характер, опирается на изучение конкретного экспоната, реликвии. Для того чтобы учащийся, посещая музей был внимателен, воспринимал все богатство музейной информации, а не пробегал по музейному залу, унося лишь поверхностные общие впечатления, необходимо учить его смотреть экспозицию. Поэтому в основе методики работы с уча-

Секция 2. Экскурсионная и музейная деятельность

шимися должно лежать правило – дать работу глазам, приучить смотреть и постараться научить видеть.

Чрезвычайно важно, что компонентом познавательного процесса в музее становится эмоция. Учащиеся испытывают радость познания, волнение от встречи с неизвестным, глубокие эмоциональные переживания. Познание через эмоции – наиболее эффективный путь для воспитания убеждений. Специфически музейной реакцией можно считать появление яркого образного представления о событиях и явлениях, получивших отражение в экспозиции: «Запомнилось боевое оружие и фотоснимки ... Сразу представляешь сражение». Как высшую форму эмоционального переживания музейного материала можно рассматривать возникновение у детей чувства сопричастности к тому, что было [2, с. 263].

Музей, осуществляя связь времен, дает уникальную возможность сделать своими союзниками в воспитании молодежи поколения тех, кто жил до нас, воспользоваться их опытом в области науки, культуры, нравственности. Принцип историзма является основополагающим для музейной теории и практики и предполагает соблюдение трех важнейших условий:

- 1) рассмотрение явлений и предметов в их развитии;
- 2) рассмотрение связей данного явления или предмета с другими;
- 3) изучение истории в свете современности.

Отражая традиции народа, музей тем самым пропагандирует патриотические идеи. Он также обладает возможностями и для интернационального воспитания. Интернациональная культура развивается на национальной почве, и все эти процессы находят свое отражение в музейных экспозициях [3].

Богатейший потенциал музея, позволяющий осуществлять историко-патриотическое воспитание, может быть успешно реализован при соблюдении ряда условий:

- 1) экскурсионная форма работы будет строиться не по традиционному принципу «экскурсовод–музейный предмет», а на основе субъект-субъектных отношений – «экскурсовод–посетитель», где обе стороны

вступают в активный диалог, а музейные предметы служат его иллюстрацией;

- 2) экспозиция музея и нравственно-психологическая атмосфера в ней создадут ситуацию включенности посетителя в мир истории, вызовут «эффект» сопричастности национально-культурным традициям;

- 3) вовлечение посетителей в социально-культурное творчество историко-патриотической направленности.

Необходимо формировать у молодежи понимание того, что на любом явлении, мнении, предмете обязательно лежит отпечаток истории. Историческое сознание призывает искать причину общественных явлений, воспроизводить ход и пути развития прошлого, чтобы в дальнейшем найти оптимальный вариант решения современных проблем.

1. Юхневич М. Ю. Музейная педагогика – профессия! // Советский музей. – 1991. – № 1, 13. – С. 26–29.

2. Карнаухова И. Б. Реализация образовательных возможностей современного музея (из опыта работы музейной педагогики) // Интеграция личности в национальную и мировую культуру как основа совершенствования современного общества : материалы научно-практической конференции. – Сергиев Посад, 2004. – С. 261–264.

3. Патриотическое воспитание в системе научно-просветительской деятельности музеев Подмоскovie : сб. материалов IV обл. науч.-практ. конф. 22 ноября 2007 г. / сост. к. п. н. В. Т. Устименко, к. п. н. И. Б. Карнаухова. – Сергиев Посад, 2007.

УДК 379. 852

АНИМАЦИЯ КАК ОБРАЗОТВОРЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ТУРИЗМА

Г. А. ЛЕСКОВА, В. А. КЛЕБАНОВ,
Л. А. СОКИНА

*Санкт-Петербургский государственный
университет культуры и искусств*

Анимация как организация досуга в отелях, на корпоративных мероприятиях, детских лагерях, детских праздниках, предпола-

© Г. А. Лескова, В. А. Клебанов,
Л. А. Сокина, 2012



гающая личное участие отдыхающих в культурно-массовых мероприятиях, является новым направлением в сфере современного туризма. В практике анимационного дела для целевого конструирования анимационных программ И. И. Булыгина и Н. И. Гаранин [1, с. 14–15] выделяют такие функции туристской анимации, как: адаптационная, компенсационная, стабилизирующая, оздоровительная, информационная, образовательная, совершенствующая, рекламная и т.д.

Однако предлагаемые туристам анимационные программы на деле чаще всего никак не связаны с основной концепцией тура, объектами туристского интереса. А вместе с тем анимация как душа (от фр. animation – оживление, одушевление) тура может и должна стать его сердцевиной, объединяющей все составляющие туристского продукта и сквозной идеей, пронизывающей весь пространственно-временной континуум тура и помогающей связать разнородные элементы экскурсионной программы, используя прием компрессии текста, благодаря образу, заложенному в анимационной составляющей.

В качестве примера такой анимации приведем анимационную программу автобусного тура в Париж [2, с. 34–37]. Программа «Из Петербурга – в Париж» начинается трассовой экскурсией на участке следования по Ленинградской области. Так, ради «компрессии текста» – его сжатия – экскурсовод становится кукловодом, взяв в руки пальчиковую куклу. Выбор персонажа не случаен – это Петрушка. Петрушка был персонажем ярмарок в Петербурге. Им вдохновился И. Стравинский, создавший сто лет тому назад балет «Петрушка». В этом балете в Париже солировал великий Вацлав Нижинский, чья могила находится на парижском кладбище Монмартра. Позднее партию Петрушки блестяще исполнял и Рудольф Нуриев, один из знаменитейших российских парижан. Ради него многие россияне, оказавшись во Франции, посещают кладбище Сен-Женевьев де Буа. Показывая Петрушку (поводом может стать наличие детей среди туристов, сидящих в автобусе), экскурсовод не только объединяет эпохи, имена, но и формирует у туристов мотивацию к посещению Монмартра и Сен-Женевьев де Буа, зало-

женные в программу тура в качестве дополнительной услуги. Проведенная затем аналогия «Петрушка» – «Пьеро» в исполнении А. Вертинского позволяет перейти к теме «возвращенцев» в Россию через территорию Карельского перешейка. А десятиминутный фильм балетной партии Петрушки, умирающего в ящике фокусника, в исполнении Нуриева должен, по замыслу автора анимации, произвести большое впечатление на экскурсантов, зачастую не знающих – в силу своей молодости – культовых имён.

Путь во Францию, пролегающий по Ленинградской области, проходит через Выборгский район. Однако в области семнадцать районов. Для мотивации петербуржцев после возвращения из Франции поехать на праздник молодой картошки в Волосовский район можно включить в программу следующее мероприятие: перед поездкой упаковать в красивую подарочную упаковку картофелину, предложить туристам угадать, что в ней. Этот игровой прием наводит на темы экскурсионного рассказа: о болотах Ленинградской области – «Болот огонь зелёный ...», о сельском хозяйстве районов области: «Исповедь картофельной ботвы» ... Звуковой ряд поддерживает зрительный: звучат песни «Антошка, Антошка, пошли копать картошку» – это для детей современных, а для старших поколений – «Песня голодных пионеров» с её знаменитым припевом: ... «кто картошки не едал» ... Если вспомнили о съестном, то неплохо на проезде по Карельскому перешейку всем участникам тура полакомиться кусочком свежего карельского хлеба и поразмышлять о том, откуда карелы – жители Северной Европы – брали изюм, являющийся в буквальном смысле этого слова – «изюминкой» их национального хлеба.

Сидящим в автобусе детям и взрослым будет интересно сыграть и в такую игру, предложенную экскурсоводом: нащупать сквозь ткань мешочков овес, горох, фасоль, чай, кофейные зёрна, лук, чеснок, киви, морковь и ответить на вопрос: «Что из этих агрокультур растёт в Ленинградской области, а что нет?» Цвет и материал мешочков (ситчик с набойкой, некрашенная холстина) помогают создать образ деревенской, народной, культуры, которую иным способом сидя в автобусе не почувствовать.

Секция 2. Экскурсионная и музейная деятельность

Для воссоздания образов войны и ленинградской земли, обильно политой кровью наших предков, экскурсовод использует изображение карты Ленобласти, вырезанной по контурам на камуфляжной ткани. Посланная по рядам, она способствует тактильному восприятию военной темы. Изображение Ленинградской области в виде стилизованного зеленого листика клевера на питьевой кружке, передаваемой по рядам автобуса, еще раз вызовет у туристов образ этой земли – но уже её лугов, полей и лесов. Одновременно – это и новое направление мысли туристов по отношению к кружке как к сувениру – носителю образа земли русской.

Смотреть в окно все 10 дней до Парижа и обратно – при всей любви к путешествиям – наскучит. Помимо зрительных необходимо задействовать тактильные ощущения туристов – пускать в ход вещь, и, конечно же, использовать специфику автобуса – собственный дом в поездке. Для создания домашней атмосферы и объединения туристской группы используются игры. Например, можно предложить экскурсантам следующую игру, использующую условия рассадки туристов – четырьмя рядами с равным количеством участников игры в каждом ряду: каждому ряду участников игры предлагается соединить шнуром, продевая его в дырочки на жёсткой картонной основе названия памятников архитектуры с их изображениями. Условием игры является то, что каждый экскурсант делает только одно движение, соединяя шнуром только две точки, потом передает карту следующему, сидящему сзади. Экскурсанты с удовольствием используют эту игру как возможность подвигаться, установить дуг с другом зрительный контакт.

Большой психологический эффект при минимальных затратах даёт музыкальная анимация. Так, при пересечении любой границы (природной или государственной) человек испытывает особый душевный подъем, хмурость пассажиров от ранних подъемов при посадке в автобус мгновенно улетучивается, как только экскурсовод включает знакомые с детства слова: «Мы едем, едем, едем / В далёкие края...»

При въезде в Финляндию уместно включить в программу задорную «Летку–Енку», позволяющую рассказать не только о том,

почему «танцующая зайчиха» (так переводится на русский язык название песни) вдохновляет «горячих финских парней» петь караоке и танцевать, но и о «Ени-саари – Заячьем острове на Неве и об этносах, населявших наши земли с древнейших времен и до наших дней.

Вот такое синтетическое знание о крае может получить турист, если он отправится в путешествие в сопровождении человека, который умеет, хочет, может, должен превратить автобус в дом, в игровую площадку, в храм и одушевить весь мир вокруг, ведь анимация – в конце концов – от слова «анима» – душа.

Такая анимация будет способствовать производству новых знаний, норм, ценностей, ориентаций и значений; накоплению новых знаний, норм, ценностей, ориентаций и значений; созданию социализированной структуры взаимоотношений, опосредованных культурными компонентами; ну и, конечно же, восстановлению сил и психологической разрядке посредством игр и развлечений.

Уже привычными стали такие анимационные мероприятия, как праздники, кинофестивали, шоу-маскарады, карнавальные шествия, рыцарские турниры, юмористические шоу-клоунады, гладиаторские бои, костюмированные балы, вечера-встречи со сказочными героями, анимация в тематических парках (аттракционы, встречи с героями мультфильмов), развлекательные, спортивно-оздоровительные мероприятия, вечера отдыха в гостиницах, что требует специально организованных территорий.

Эти анимационные программы обычно проводятся для туристов непосредственно в туристской дестинации или на круизном судне. Однако вне внимания аниматоров остается такой распространенный в туризме вид транспорта, как автобус. Приведенный пример, взятый из практики создания и проведения многодневных автобусных туров, доказывает, что анимация в туризме может пронизывать весь тур в целом. Для разработки современных анимационных стратегий и введения их в активный экскурсионный оборот требуется объединение усилий всех субъектов сферы туризма.

1. Гаранин Н. И., Булыгина И. И. Менеджмент туристской и гостиничной анимации. – М. : Советский спорт, 2004. – 127 с.

2. Лескова Г. А. Анимация как образотворческая составляющая семейного тура // Мир экскурсий. Журнал о теории и практике экскурсионного дела. – СПб. : 2011. – № 2(14). – С. 34–37.

УДК304.44

ЗАРУБЕЖНЫЙ ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЙ ТУР КАК СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН

Г. А. ЛЕСКОВА

*Санкт-Петербургский государственный
университет культуры и искусств*

Туризм как вид деятельности связан с пребыванием человека вне места своего постоянного проживания, в ходе чего возникает ряд явлений и отношений социокультурного характера. В широком смысле каждый тур как процесс, включающийся в процессы существования и развития культуры посещаемой страны, является социокультурным феноменом.

Зарубежный тур, будучи явлением мирового масштаба, способствует раскрытию и постижению различных сторон и характеристик национальных и региональных типов культуры: ее сущности, видов, форм и функций в «живом» виде. На конкретных примерах туристы могут познакомиться как с уровнем развития определенных исторических эпох и цивилизаций, так и со степенью совершенствования различных сфер человеческой деятельности в прошлом и настоящем. Факторы исторической преемственности визуализируются, значительно активизируются познавательная, информативная, коммуникативная, оценочная стороны восприятия действительности. Во время прохождения такого тура происходит освоение «чужого» социокультурного пространства; каждым туристом даже на подсознательном уровне проводится компаративный анализ отношения к природе, обществу и отдельному человеку, как в «чужом», так и в своем социуме.

© Г. А. Лескова, 2012

В связи с этим рассмотрение туризма в социокультурном пространственно-временном континууме представляется достаточно актуальным. Туризм как социокультурный феномен – это "способ деятельности" и ценность одновременно. Любой вид туризма может быть рассмотрен в аспекте социальной и межкультурной коммуникации, а культурно-познавательный (культурный) туризм в особенности. Антропологическая и ценностная составляющая туризма направлена на самореализацию человеческой единичности (частности), в отличие от деятельности человека в политике, экономике, производстве, где он демонстрирует свою публичность. Человек в путешествии не просто потребитель "туристского продукта", но личность, которая осваивает другие культуры, превращая полученные знания в достояние собственной духовности (ценности, убеждения, смыслы).

Раскрывая понятие туризма в социологическом аспекте, следует обратить внимание на тот факт, что это явление может быть оценено с различных позиций: со стороны деятельностного подхода, с позиции рекреации. Как рекреационная сфера туристская деятельность обладает культурно-образующим и социо-образующим потенциалом. Исследование мотивов туристских поездок является не только предметом экономики и маркетинга, но и социологии.

Среди видов туризма, пользующихся спросом у россиян, особое место занимает международный познавательный туризм. В его основе лежит межкультурная коммуникация, понимаемая как общение между представителями различных национальных, региональных и локальных культур, различного вероисповедания. Опыт турфирм Петербурга, расположенного всего в 200 км от государственной границы, предоставляет грандиозные возможности для изучения этого феномена современности.

Особенностью современного этапа развития международного туризма, освобожденного от идеологического противостояния двух систем – капитализма и социализма – является внимание туристов не столько к памятникам историко-художественного наследия, сколько интерес к социуму, к культуре повседневности. Антропологиче-

Секция 2. Экскурсионная и музейная деятельность

ский подход пришел на смену подходу аксиологическому [7]. В этом подходе большое место занимает идентичность как ощущение человеком принадлежности к определенной группе – этносу, нации, религиозной. Это свойство индивида оставаться самим собой в изменяющихся социальных ситуациях является результатом осознания самого себя личностью, отличающейся от других. С кризисом идентичности, а тем более с потерей её снижается вера человека в свою социальную значимость. Именно эту опасность таит в себе зарубежный познавательный тур, лишенный грамотного психолого-педагогического сопровождения [4]. Экскурсовод, выявляющий особенности посещаемых мест, позволяет туристу вступить в диалог с их этнокультурными реалиями [6]. Поездка создает для всех ее участников определенную культурную маргинальность [3]. Туристская группа, находясь в ситуации взаимодействия с различными культурными системами, включается в различные социальные миры, зачастую предъявляющие ей несовпадающие, а нередко и противоречащие друг другу требования. Это затрудняет освоение каждого из миров и мешает человеку осознать свою культурную целостность и однозначность [3]. Личный опыт автора, приобретенный в ходе зарубежных туристских поездок в качестве турлидера, показал, что способствуют культурной адаптации туриста как индивида и всей группы в целом совместные действия, составляющие акциональную сторону тура. Это мероприятия, дающие возможность для общения с местным населением. В процессе многодневного европейского тура его участники видят, сколь сложным и дифференцированным стало современное европейское сообщество. Однако национальная идентичность обычно невидима в повседневной жизни [2]. Ярче всего она проявляется в разлуке со страной.

Несколько сложнее обстоят дела у туристов-россиян с поиском их профессиональной и религиозной идентичности. В современной России проблемы религиозной идентификации являются и сложными, и слабо разработанными. Рассматривая современный этап развития общества, можно сказать, что мы переживаем упадок духовно-нравственных ценностей, распад которых связыва-

ют с отходом от православной веры. Многие видят выход из тупика в возрождении православной культуры, религии как источника для развития нравственности. Но на самом деле всё обстоит гораздо сложнее. Ведь речь идет о новом, современном, этапе духовного развития, характеризующемся определенным ревизионизмом, вызывающим необходимость пересмотра (ревизии) устоявшихся представлений и религиозной доктрины.

Стремительное развитие сегмента туристского рынка России, связанного с выездным туризмом, наводит на мысль о необходимости выработки некоего алгоритма – научно выверенного точного набора принципов, учитываемых при проектировании тура, его маршрута, экскурсионного текста, озвученного в «предлагаемых обстоятельствах» данной конкретной трассы следования и направленного на достижение определенного результата. Попробуем очертить круг научных и практических проблем, возникающих в связи с разработкой таких наукоемких видов туристского продукта, как зарубежные автобусные туры.

Первая проблема связана с проектированием тура и отбором объектов показа, побуждающих участников поездки к осознанию собственной идентичности.

Вторая проблема связана с выбором мест проживания в определенной социокультурной среде с её этническими и конфессиональными особенностями [5].

Третья проблема связана с контактами с местным населением, планируемыми и стихийными. Частота таких контактов увеличивается в периоды, связанные с событиями различного ранга и содержания: это светские и религиозные праздники, события местного, национального и мирового масштаба.

Четвертая – и самая главная – проблема связана с личностью специалиста – реализатора тура и создателя экскурсии. Большую роль играют его коммуникативная и информационная культура, базовое образование, социальный опыт и знания в области социологии, этнологии, социальной психологии, антропологии, гуманитарной географии [1]. Разрешить эти проблемы может помочь альянс ученых, представляющих различные области гуманитарного знания и направляю-

ших свои усилия на серьезные исследования в области международного туризма. УДК. 930.221

1. Аксельрод В. И., Лескова Г. А. Проблемы подготовки педагогов-экскурсионистов в системе повышения квалификации // Инновационное развитие сервиса и туризма : сборник научных статей. Санкт-Петербург, май 2008 г. – СПб.: ЛГУ им. А. С. Пушкина, 2008. – С. 140–144.

2. Развитие национальной, этнолингвистической и религиозной идентичности у детей и подростков / отв. ред.: М. Барретт, Т. Рязанова, М. Валовикова. – М. : Издательство Института психологии РАН, 2001. – 196 с.

3. Лескова Г. А. Маргинальность как проблема зарубежного тура // Тезисы докладов межрегиональной научно-практической конференции «Туризм – новые возможности и перспективы для женщин». – СПб. : Невский фонд, 2008. – С. 61–64.

4. Лескова Г. А. Трассовая экскурсия как основа познавательного тура: проблемы создания и проведения // Тезисы докладов межрегиональной научно-практической конференции «Туризм – новые возможности и перспективы для женщин». – СПб. : Невский фонд, 2008. – С. 18–27.

5. Лескова Г. А. Туристская дестинация «ГО-РОД» как объект туристского интереса // Тезисы докладов конференции «Туризм – новые возможности и перспективы для женщин». – СПб. : Невский фонд, 2008. – С. 5–12.

6. Лескова Г. А. Формирование образов стран и регионов в процессе зарубежного автобусного тура: теоретические и практические аспекты // Страноведение и регионоведение в решении проблем устойчивого развития в современном мире: материалы Международной научной конференции 15–18 апреля 2010 г. – С. 576–592.

7. Лескова Г. А. Экскурсия как социокультурный феномен: Труды СПб. гос. университета педагогического мастерства. – СПб., 2005. – С. 61–71.

8. Лескова Г. А. Экскурсоведение как научная дисциплина // Туристские фирмы. – СПб. : Невский фонд, 2001. – Вып. 23. – С. 220–226.

МУЗЕЕФИКАЦИЯ И ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИЗМА НА АРХЕОЛОГИЧЕСКИХ ПАМЯТНИКАХ СЕВЕРНОГО КАЗАХСТАНА

А. А. ПЛЕШАКОВ, О. И. МАРТЫНЮК,
Н. С. КОВШОВА

*Северо-Казахстанский государственный
университет им. М. Козыбаева*

Впервые вопрос о создании археолого-этнографического парка в окрестностях Северо-Казахстанского областного центра возник в 90-е годы XX в. Предполагалось создание парка по аналогии с природно-ландшафтными и историко-археологическими заповедниками: «Аркаим», созданном в России в 1991 году в Кизильском районе Челябинской области, «Томская писаница» (Кемеровская область), архитектурно-этнографической территории «Шорский улус Кезек». В Республике Казахстан предпринимается попытка музеефикации средневекового городища в черте города Астана.

В апреле 2003 года в Послании народу Н. А. Назарбаев предложил реализовать специальную среднесрочную программу «Культурное наследие», первым этапом которой явилось создание свода памятников по областям. Нурсултан Назарбаев неоднократно подчеркивал, «что культура – это отражение нации, ее души, ума и благородства. Цивилизованный народ гордится ходом своей истории, развитием культуры, великими людьми, прославившими страну и внесшими огромный вклад в золотой фонд мировых достижений мысли, искусства. Именно посредством культуры, традиций нация становится известной».

Одним из первых в Казахстане был выпущен Свод памятников по Северо-Казахстанской области, объемом около 500 страниц, что было отмечено в докладе Н. А. Назарбаева. Свод явился результатом многолетнего труда целого коллектива североказахстанских ученых и краеведов. В своде отражена информация не только сохранившихся сегодня объектов старины, но и

© А. А. Плешаков, О. И. Мартынюк,

Секция 2. Экскурсионная и музейная деятельность

утраченных вследствие различных причин, но дающих исторические данные для реконструкции древней истории края.

Археологические памятники степной Евразии имеют общечеловеческое культурно-историческое значение. Археологические памятники Петропавловского Приишимья (поселения и некрополи), исследуемые в течение четырех десятков лет, уникальны не только богатым материалом по истории и культуре племен эпохи камня (мезолит, неолит), энеолита, бронзы и сакского времени, но и своим месторасположением в непосредственной близости от регионального центра и основных автомагистралей области. Весь материал, найденный на этих памятниках, составляет археологическую коллекцию областного музея археологии и этнографии Северного Казахстана, одну из самых крупных в Казахстане коллекций предметов вышеназванных эпох. Коллекции демонстрировались в Центральном музее Казахстана и музее Института археологии РК, выставлялись в экспозициях США, Англии и Германии.

Памятники археологии области описаны и картографированы в «Археологической карте Казахстана» изданной в 1960 году, в «Своде памятников историко-культурного наследия СКО» 2008 года и в многочисленных научных трудах археологов Северного Казахстана (Г. Б. Зданович, В. Ф. Зайберт, А. А. Плешаков, М. К. Хабдулина, О. И. Мартынюк и др.). Отдельные памятники отражены в энциклопедии «Северо-Казахстанская область», могильник Байкара опубликован в Германии в виде монографии, выпущен ряд учебно-методических пособий для студентов вузов и учащихся школ, научная деятельность археологической экспедиции регулярно отражается в республиканских и местных средствах массовой информации.

Археологические памятники Северо-Казахстанской области насчитывают 605 объектов, сохранившихся до сегодняшнего дня, среди которых: стоянки каменного века мезолитической и неолитической эпох; поселения и могильники бронзового века; городища, могильники и отдельные курганы раннего железного века; средневековые могильники и курганы. Археологические па-

мятники отражают жизнь и быт древнего населения Северо-Казахстанской области от верхнепалеолитической эпохи до Средневековья. Более чем на 100 объектах производились археологические раскопки, в результате чего накоплены большие коллекции, отражающие материальную и духовную культуру древних народов. На основе вещественных комплексов бронзового века Г. Б. Здановичем разработаны периодизация и хронология бронзового века, выделена в самостоятельную Петровская культура (1975). На основе материалов Северо-Казахстанской области и соседних областей С. Я. Здановичем обоснована Саргаринская культура финальной бронзы. В. Ф. Зайбертом по материалам археологических памятников неолитического времени сделана хронология памятников, отнесенных им к Атбасарской культуре, а памятники энеолитического времени объединены в Ботайскую культуру. А. А. Плешаковым по материалам археологических памятников мезолитического и неолитического времени с помощью уникального экспериментально-трассологического метода по следам сработанности на кремневых орудиях труда восстановлена хозяйственная деятельность древних народов. М. К. Хабдулиной на основании исследованных памятников смоделированы культурно-исторические события раннего железного века степного Приишимья в системе Великой степи nomadов.

На севере Казахстана кочевые племена оставили величественные курганы – молчаливых свидетелей древних эпох. Совсем недавно североказахстанскими учеными совместно с германскими коллегами был открыт новый тип археологических памятников сакского времени – степные храмы, которые ранее считали курганами-кенотафами.

Укрепленные городища на севере Казахстана являются своеобразными форпостами, отделяющими мир nomadов от жителей лесной зоны и символизирующие границу степей и носителей Шелкового пути. Городища Ак-Ирий и ранее исследованное городище Ак-Тау, с великолепными фортификационными сооружениями являлись пограничными пунктами, во-первых, охраняющими степные просторы от возможно враждебных

Секция 2. Экскурсионная и музейная деятельность

лесных жителей, во-вторых, бывшими пунктами пограничной торговли.

Население городища уже в этот ранний период железного века достигло, судя по находкам, достаточно высокого уровня развития. Городище имело производственную площадку, где найдены фрагменты обожженного кирпича, металлические шлаки. Найдены печи, предназначенные для выплавки металла. Можно строить смелую гипотезу о том, что древние саки были хорошо знакомы с технологией металлургического производства.

Одно из ответвлений Шелкового пути проходило по лесостепной зоне евразийского континента, о чем свидетельствуют находки раковин каури в кургане Байкара и городище Ак-Ирий, которые обитают в тропических частях Индийского и Тихого океанов.

Еще одна интересная деталь: в качестве гидроизоляционного материала в фундаментах жилищ и крепостных стен широко использовалась береста. Курган Байкара, диаметром 80 м был построен на площадке, полностью застеленной берестой.

Удачное расположение, концентрация памятников и их добротная и детальная изученность – эти преимущества североказахстанских памятников могут стать основанием для создания на их базе археолого-этнографического музейного парка под открытым небом в окрестностях Петропавловска. Основная цель проекта – сохранение естественно-географического и исторического ландшафта региона, его углубленное научное изучение, направленное на детальную реконструкцию древней истории края. “Живые” археологические памятники и среда их бытования могут стать объектами регионального и международного туризма, что позволит, активизируя отдых, погрузить человека (на определенное время) непосредственно в ту или иную историческую эпоху. Отдыхающему может быть предоставлен выбор эпохи и, соответственно, образ жизни того или иного времени.

Наиболее предпочтительным в регионе Северного Казахстана является развитие экологического туризма, который предполагает пребывание человека в условиях «открытой» природы и его непосредственное

взаимодействие с историко-культурными объектами, удовлетворяющими познавательные, культурные и научные потребности человека. Объектами экологического туризма в североказахстанском регионе могут стать типичный степной ландшафт и памятники истории. Немаловажным является вопрос о детальной реконструкции народных художественных промыслов (ковроткачество, гончарство, кузнечное и скорняжное дело, резьба по дереву, изготовление художественных изделий из кожи, камня, бересты, кошмы), которые можно организовать в рамках обучения незанятого населения региона, что, в свою очередь, создаст дополнительные рабочие места. В связи с этим стало своевременным создание проекта историко-культурного парка на отдельном городище, как пример для создания системы музеефикации археологических объектов Казахстана.

Работа по осуществлению данного проекта уже начата, но из-за отсутствия государственного финансирования в полном объеме реализовать его невозможно. Но главное есть – мы имеем специалистов, готовых воплотить в жизнь эту программу.