

МУЗЕЙНЫЙ ТУРИЗМ: ПОТЕНЦИАЛ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ТУРИСТОВ И РАЗВИТИЕ МУЗЕЙНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

Умарова Карина Бахтияровна

Национальный институт художеств и дизайна имени Камолиддина Бехзода.

+99893-516-51-06, kustyakh@gmail.com.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.15192213>

Аннотация. Статья посвящена изучению роли музеев искусств в развитии культурного туризма, с акцентом на опыт разных стран и потенциал музеев Узбекистана. Рассматриваются успешные примеры музейного туризма в Европе, включая цифровизацию коллекций, интерактивные технологии, бесплатные программы и образовательные инициативы. Особое внимание уделяется тенденции перехода от традиционного культурного туризма к творческому, включающему активное участие путешественников в культурных практиках.

Ключевые слова: культурный туризм, музейный туризм, туристическая индустрия, музейные экспозиции, цифровизация музеев.

MUSEUM TOURISM: POTENTIAL FOR ATTRACTING TOURISTS AND DEVELOPING MUSEUM INFRASTRUCTURE

Abstract. The article explores the role of art museums in the development of cultural tourism, with a focus on international experiences and the potential of museums in Uzbekistan. It examines successful examples of museum tourism in Europe, including the digitalization of collections, interactive technologies, free programs, and educational initiatives. Special attention is given to the shift from traditional cultural tourism to creative tourism, which emphasizes active traveler participation in cultural practices.

Key words: cultural tourism, museum tourism, tourism industry, museum expositions, digitalization of museums.

Согласно мнению американского учёного В.Смита всего существуют шесть категорий туризма: этнический, культурный, исторический, экологический, рекреационный, деловой. Главная задача по В.А. Квартальнову историко-культурного туризма состоит в том, чтобы познакомиться с достижениями культуры, науки и техники, посетить исторические места и сооружения. Так музеи искусств играют ключевую роль в развитии культурного туризма, выступая не только хранилищами ценнейших

произведений искусства, но и центрами притяжения для миллионов путешественников по всему миру. Они предоставляют уникальную возможность познакомиться с историей, культурой и самобытностью народов, что делает их важным инструментом укрепления межкультурного диалога и взаимопонимания. В условиях глобализации туризм становится мощным драйвером экономики, а музеи искусств — неотъемлемым элементом этой системы. По оценкам ЮНВО, культурные туристы составляют 37% видов международных путешественников, также по статистике тратят на 38% процентов больше, чем остальные ниши туризма и на 22% дольше остаются в стране.

В Европе музейный туризм является неотъемлемой частью культурной политики.

Например, во Франции Лувр в Париже ежегодно привлекает миллионы туристов, являясь самым посещаемым музеем в мире. Помимо Лувра, популярны музей Орсе и Центр Помпиду. Основными факторами развития музейного туризма во Франции являются то, что там активно развиваются музейные ночи и временные выставки, чтобы сделать музеи более доступными для широкой аудитории.

Также была цифровизирована вся коллекция, сделав ее доступной онлайн, что повысило интерес. Было создано мобильное приложение с интерактивными картами, аудиогuidaми, AR- функциями. В Великобритании вход в государственные музеи, такие как Британский музей и Национальная галерея, остаётся бесплатным, что способствует увеличению потока посетителей. Также музеи организуют «гастрольные» выставки по всему миру, с экспонатами в других странах (например, в Китае, США). Внедрил онлайн-экскурсии в формате 3D, где можно «погулять» по музею виртуально. Если рассматривать музеи в Нидерландах, например Рейксмузеум, В 2013 году музей запустил креативную рекламную кампанию «Ночь в музее», где посетители могли участвовать в интерактивных сценах. Для привлечения более молодой аудитории, они используют TikTok и Instagram (флешмобы, челленджи), мобильное приложение, где можно «собирать» коллекцию шедевров, как в игре.

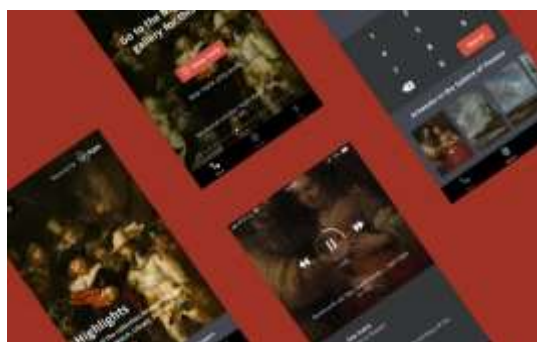


Рис.1. Приложение музея Рейксмузеум

Музей Орсе в Париже активно участвует в ежегодной "Ночи музеев" (Nuit des Musées), предоставляя посетителям уникальную возможность бесплатно ознакомиться с его обширными коллекциями и временными выставками в вечернее время. В 2024 году мероприятие состоялось 18 мая, когда музей был открыт для публики до позднего вечера, предлагая особую атмосферу для ценителей искусства. Во время "Ночи музеев" Музей Орсе организует специальные программы, включая тематические экскурсии, музыкальные выступления и другие культурные мероприятия, обогащающие опыт посетителей. Эти инициативы направлены на привлечение широкой аудитории и популяризацию искусства среди разных слоев населения.



Рис.2 Музей Орсе

Также хотелось бы отметить современные тенденции в области туризма в Европе, которые демонстрируют переход от культурного туризма к творческому. В рамках творческого туризма путешественники принимают активное участие в культурном обучении. Это может включать такие виды деятельности, как роспись зонтиков в Таиланде, окрашивание тканей в Гватемале и т.д.



Рис. 3 Роспись зонтиков в Таиланде

Программы творческого туризма предоставляют возможность путешественникам не только познакомиться с местными жителями, культурой и искусством, но и создать собственные сувениры, способствующие популяризации культуры среди их друзей и

знакомых. Более того, данный вид туризма способствует развитию местной экономики, создавая новые рабочие места.

Примером успешной программы творческого туризма в Азии является проект, разработанный Управлением по выделенным территориям для устойчивого туризма (DASTA) в Таиланде. В отличие от аналогичных инициатив в других азиатских странах, эта программа основывается на концепции уникальности тайской культуры и ее традиционных форм творчества. Двадцать деревень предлагают туристам аутентичный опыт, связанный с определёнными ремеслами или навыками, укоренёнными в местном сообществе.

В Узбекистане, креативный туризм также активно развивается, Ташкент – это не только административный центр, но и город, где можно глубже погрузиться в культуру через творческий туризм. Здесь туристы могут не просто осматривать достопримечательности, но и участвовать в ремесленных и художественных процессах, создавая собственные произведения искусства. Одним из популярных направлений является знакомство с традиционными ремеслами. В центре прикладного искусства можно попробовать себя в керамике, резьбе по дереву, вышивке и ковроткачестве, работая под руководством мастеров.

Парк «Навруз» в Ташкенте — это уникальное культурно-туристическое пространство, представляющее собой синтез традиционной узбекской архитектуры, искусства и современных рекреационных зон. Созданный как место, отражающее национальную самобытность, он играет значительную роль в развитии креативного туризма в Узбекистане.

Одной из ключевых особенностей парка является его архитектурное оформление: здесь воссозданы махалли с домами, декорированными резьбой по дереву, керамическими панно и традиционными орнаментами, характерными для разных регионов страны. Таким образом, посетители могут не только наслаждаться прогулками в живописной обстановке, но и глубже погружаться в историко-культурное наследие Узбекистана. В рамках концепции креативного туризма он предоставляет туристам возможность не только наблюдать, но и участвовать в традиционных ремесленных процессах: гости могут попробовать себя в гончарном деле, резьбе по дереву, чеканке или росписи по керамике.

Не только национальной культуре, но и культуре других народов, нужно отметить работу, ассоциации культурных корейских центров, в празднование дня урожая, Чхусок,

проводится большое празднование с традиционными корейскими играми, художественными мастер-классами, по каллиграфии, оригами, приготовлению национальных блюд.



Рис. 4 Парк Навруз

Музеи Узбекистана вызывают неоднозначные впечатления у посетителей, включая как местных жителей, так и иностранных туристов. Анализируя отзывы посетителей, можно отметить ряд особенностей, характерных для музеев Узбекистана

Многие музеи Узбекистана, сформированные в советский период, до сих пор сохраняют традиционный подход к организации экспозиций. Они обладают богатой коллекцией экспонатов, но зачастую не раскрывают их в полном контексте, что может затруднять восприятие информации. Например, Государственный музей истории Узбекистана, одно из знаковых культурных учреждений страны, расположен в историческом здании и содержит уникальные артефакты, однако его экспозиции остаются верными более ранним музейным концепциям.

Тимуридский музей в Ташкенте — важное культурное пространство, посвящённое истории одной из значимых эпох региона.

Однако в силу различных исторических обстоятельств коллекция музея включает ограниченное количество подлинных артефактов. Основной акцент сделан на архитектурном убранстве здания и отдельных элементах экспозиции, что порой создает у посетителей ощущение недостаточной наполненности залов.

Некоторые музеи сталкиваются с вызовом адаптации своих экспозиций к современным требованиям музейного дела. Вопросы структурированности, удобства восприятия и интерактивности становятся актуальными, поскольку современные посетители, в том числе молодёжь и туристы, всё больше ожидают не только демонстрации предметов, но и глубокого погружения в исторический и культурный контекст.

При этом в Узбекистане есть примеры музеев, успешно представляющих свои коллекции. Так, Геологический музей в Ташкенте вызывает интерес благодаря содержательным экспозициям, особенно среди детей и семейной аудитории. Это показывает, что при грамотном подходе музеи могут становиться не только центрами сохранения истории, но и местами живого диалога с культурным наследием.

Современные тенденции в музейном деле ориентированы на вовлечение посетителей, использование новых технологий и развитие образовательных программ. Это направление может помочь музеям Узбекистана раскрыть свой потенциал и привлечь более широкую аудиторию, создавая пространство для знакомства с историей и искусством в доступной и увлекательной форме.

Популяризация музеев в разных странах основывается на сочетании бесплатных программ, цифровых технологий, образовательных инициатив и активного взаимодействия с аудиторией. Улучшение экспозиционной деятельности требует внедрения мультимедийных технологий, таких как голограммы, VR/AR, которые оживляют историю и культуру. Примером является использование мультимедиа в музеях Ватикана.

Также важно создавать тематические выставки, посвящённые ключевым историческим и культурным темам, таким как история Великого шёлкового пути или Тимуридский период.

Повышение комфорта для посетителей включает в себя улучшение инфраструктуры музеев за счёт создания сувенирных магазинов, зон отдыха и привлечения квалифицированных гидов.

Установка информационных табличек на нескольких языках и разработка мобильных приложений для самостоятельных экскурсий помогут сделать посещение музеев более удобным. Организация мероприятий, таких как международные выставки, арт-акции и фестивали, привлечёт внимание широкой аудитории. Примером успешного события является Met Gala в Метрополитен-музее, а также ночные экскурсии с уникальными программами, практикующиеся в музее Орсе. Брендинг музеев с созданием узнаваемого образа через символику, слоганы и уникальные программы по примеру Эрмитажа также является важным направлением. Партнёрства и сотрудничество с туроператорами, включение музеев в популярные туристические маршруты по Узбекистану (Самарканд, Бухара, Хива) помогут увеличить поток посетителей.

Программы для детей и семей, такие как мастер-классы и интерактивные уроки истории и археологии, практикуемые в Национальном музее антропологии в Мексике, помогут заинтересовать молодое поколение. Развитие бренда музея как культурного центра Центральной Азии с акцентом на уникальные коллекции исламского искусства и археологических находок также повысит его привлекательность.

REFERENCES

1. Smith V. Hosts and Guests / University of Pennsylvania Press. – Philadelphia, 1977.
2. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2000.-320с.
3. Тенденции современного музееведения [монография]-Ташкент: «Наука», 2018. 192 С.
4. Захарченко В.П. "Культурный туризм: основы, практика, перспективы", 2020. 408 С.
5. Richards, G. "Cultural Tourism in Europe". CAB International, 1996. 347 С.
6. Falk, J.H., Dierking, L.D. "The Museum Experience". Taylor & Francis, 2016. 224 С.
7. Plog, S. "Tourism and Cultural Heritage". Ginting, G., & Dewi, I. J. 2022. 315 С.
8. ЮНЕСКО, доклады о культурном наследии.
9. Kotler, N., Kotler, P., & Kotler, W. Museum Marketing and Strategy. Jossey-Bass, 2008. 544 С.
10. Lord, B., & Lord, G. D. Manual of Museum Planning. AltaMira Press, 2012. 720 С.
11. Black, G. The Engaging Museum: Developing Museums for Visitor Involvement. Routledge, 2005. 280 С.
12. Anderson, G. Reinventing the Museum: The Evolving Conversation on the Paradigm Shift. AltaMira Press, 2012. 488 С.
13. McClellan, A. The Art Museum from Boullée to Bilbao. University of California Press, 2008. 368 С.