

Політика Великобританії у галузі музейної справи та роль музеїв у формуванні туристичного іміджу країни

Ключові слова: туристична політика, музеї, програми розвитку музейного туризму, культуриний туризм Великобританії, туристичний імідж.

Актуальність дослідження. Сьогодні музейний туризм є важливою складовою туристичної галузі. Музеї є рушієм британського туризму і відіграють значну роль в залученні відвідувачів і в створенні британської туристичного іміджу. Дослідження в Anholt-GfK щодо бренду Британії показує, що культурні заходи, в тому числі відвідування музеїв і галерей, залучають відвідувачів до Великобританії і розглядаються як основні

найпотужніші напрямки руху туристів. За опитуванням респондентів з 35 країн, які відповіли, на скільки ймовірно те що вони будуть брати участь у заходах Великобританії і як високо вони оцінюють їх за шкалою від 1 до 7, більшість респондентів виділило саме музеї, як об'єкти які б вони хотіли відвідати й оцінили їх в 6 балів [1].

Постановка проблеми. Великобританія є однією з провідних країн світу в галузі культури. Історія, традиції та культура є найпопулярнішими причинами відвідання Великобританії туристами. Тут існує близько 2500 музеїв. 1984 музеї це акредитовані музеї Радою мистецтв Великобританії (АСЕ). Реєстрація за схемою АСЕ музейної акредитація означає, що музей домогся національного затвердження стандартів в галузі менеджменту, в догляді за колекцією, в наданні інформації та обслуговуванні відвідувачів[2]. Зважаючи на позитивний результат туристської політики в музейній сфері, яку здійснює уряд Великобританії, її досвід може стати корисним для України.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дана тема активно досліджується європейськими музеєзнавцями, особливо представниками Великобританії, а саме Ф. Френсісом, Б. Рівкіним, А. Ездейлом, С. Такером, К. Тугудом, Е. Моушеном.

Мета статті полягає в оцінці місця музеїв у туристичній сфері Великобританії та аналізі політики, яку проводить держава щодо музейного сектору.

Виклад основного матеріалу. У Великобританії туристичну галузь регулює орган “VisitBritain”, що перебуває у складі Міністерства культури, засобів масової інформації та спорту. Туризм є важливою частиною економіки Великобританії і п'ятою за величиною промисловістю у країні. Він забезпечує 8,3% всіх робочих місць в Уельсі, генерує 97 білльйонів фунтів стерлінгів в Англії і становить 4,9% від ВВП Північної Ірландії. У Шотландії в 2011 році, 134 млн. одноденних поїздок здійснених в 2011 році, протягом якого було витрачено 6,2 млрд. фунтів стерлінгів. Музеї та галереї є ключовими факторами британського туризму і відіграють значну роль в залученні відвідувачів і у формуванні британського бренду за кордоном.

Рада мистецтв Великобританії (АСЕ) забезпечує державну музейну політику Великобританії та консультує уряд щодо завдань і пріоритетів сектору. Британський уряд вважає, що музеї несуть позитивні емоції і займають вагомому нішу в індустрії туризму. Перед британською музейною політикою стоїть мета – зробити людей кращими, досвідченішими. Уряд лейбористів окреслив основні завдання музеїв, галерей і бібліотек. Соціальна спрямованість має бути пріоритетом у роботі музеїв, галерей і бібліотек. Забезпечення широкого доступу громадськості до колекцій. Музеї, галереї і бібліотеки мають використовувати новітні технології для забезпечення доступності колекцій. Каталоги і ключові документи мають бути доступні в Інтернеті. Надання послуг має бути пріоритетом у роботі музеїв, галерей і

бібліотек. Музеї, галереї і бібліотеки повинні консультувати людей з ризиком соціальної відчуженості.

По можливості, колекції та експозиції мають відображати культурне і соціальне розмаїття реальної та потенціальної аудиторії. Музеї, галереї та бібліотеки повинні бути місцем навчання. Також музеї, галереї і бібліотеки повинні співпрацювати з іншими організаціями. Вони повинні розвивати проекти, спрямовані на покращення життя людей з ризиком соціальної відчуженості. АСЕ повинна думати, як вона може збільшити свою роль як агента соціальних змін.

АСЕ бореться з твердженнями британців, що у музеях нудно, і вони не розуміють навіщо їм потрібно дивитися на старі речі. Дослідження з'ясували такі мотивації відвідувачів британських музеїв: соціальна (дозвілля, розваги) – 48 % відвідувачів; інтелектуальна (академічний і професійний інтерес) – 38 %; емоційна (естетична насолода, спогади, ностальгія) – 10 %; естетична (креативність, осмислення) – 3 %.

Рада мистецтв Великобританії зазначає що міжнародна діяльність музеїв, включаючи великі програми пересувних виставок і встановлення партнерських відносин, підвищують значимість не тільки окремих музеїв і колекцій, але й Великобританії в цілому. Дослідження, проведені Британською радою мистецтв, показали, що міжнародні культурні відносини будують довіру до Великобританії і пов'язані з підвищенням рівня зацікавленості у відвідуванні Великобританії як з метою туризму, так і для навчання або ведення бізнесу.

Організація VisitBritain підрахувала, що іноземні туристи витрачають близько £ 4,5 млрд на рік, відвідуючи пам'ятки культурної спадщини Великобританії, що еквівалентно більш ніж одній чверті всіх витрат міжнародні відвідувачів Великобританії.

За даними організації Міжнародного пасажирського огляду, 7,4 мільйона відвідувачів з-за кордону відвідали у Великобританії музеї або художніх галерей в 2010 році. NBI (Nation Brands Index) попросили респондентів з 20 країн по всьому світу обрати культурні продукти, які вони будуть асоціювати з Великобританією. 50% респондентів пов'язали Великобританію з музеями.

Відвідування британських музеїв та галерей було здійснюється:

- 41% відвідувачів з метою відпочинку;
- 19% відвідувачів VFR (відвідування друзів і родичів);
- 7% бізнес-відвідувачів;
- 48% відвідувачів з метою навчання;
- 11% відвідувачів з іншою метою.

Культурний туризм вносить £20.6 млрд. до ВВП Великобританії, це більше, ніж реклама або кіноіндустрія. Він підтримує в загальній складності 466 000 робочих місць. Культурна спадщина є основною мотивацією для 30% всіх міжнародних візитів, в той час як 14% від внутрішнього туризму, одноденні поїздки, мотивовані теж культурною спадщиною.

У 2010 році іноземні туристи в найбільших музеях і галереях Великобританії витратили 436 млн. фунтів стерлінгів в результаті свого візиту[3].

Статистика свідчить про успіх музеїв у залученні відвідувачів: вісьмома з десяти найвідвідуваніших об'єктів Великобританії у 2012 році стали музеї та галереї (табл.1). Всі вони пропонують безкоштовний вхід в місця їх постійної колекції. А також три британські музеї увійшли в п'ятірку найбільш відвідуваних світових музеїв мистецтва в 2012 році.

Таблиця 1 - Найбільш відвідувані атракції Великобританії, 2011-2012 р.р.
(Складено за матеріалами [1])

Організація	К-ть відвідувачів 2012	безкоштовно/ платно	К-ть відвідувачів 2011	Зміна в % з 2011
Британський музей	5,569,981	Б	5,932,897	-6.1%
Національна галерея	4,780,030	Б	4,382,614	+9%
Тейт Модерн	4,747,537	Б	4,862,581	-2%
Національний історичний музей	4,105,106	Б	3,698,500	+9.8%
Науковий музей	2,793,930	Б	2,705,677	+3%
Лондонський Тауер	2,389,548	П	2,161,095	+11%
Національний морський музей	2,367,904	Б	2,051,270	+15%
Музей Вікторії та Альберта	2,269,880	Б	2,065,300	+10%
Національна портретна галерея	1,961,843	Б	1,843,266	+6.4%
Собор Святого Павла	1,821,321	Б/П	1,687,861	+8%

Дослідження Національної музейної ради Великобританії(NMDC) показали що іноземні туристи відвідують більш ніж один музей або галерею, під час свого перебування в країні. Найбільше туристів приїжджає з Північної Америки та Європи, але музеї також набувають популярності на нових ринках. Майже дві третини візитів з Бразилії та Аргентини, включають відвідання музеїв [1]. Варто зауважити що потоки туристів до музеїв збільшуються щорічно (Рис.1).

Варто також врахувати що провідні музеї Великобританії активно займаються маркетинговою діяльністю співпрацюючи із органами туристичної галузі. Для прикладу Британський музей, музей Вікторії та Альберта, Національна галерея Великобританії працюють з VisitBritain, London & Partners, групою туристичних компаній, Superbreaks and Eurostar, цільовою аудиторією яких є іноземні та вітчизняні туристи. Британські музеї працюють над тим, щоб путівники по всьому світу включали найбільш актуальну інформацію про музеї Великобританії. Також Національна

галерея розробила російські та польські путівники та інтерактивні екскурсії, які користуються популярністю серед туристів зі Скандинавії.

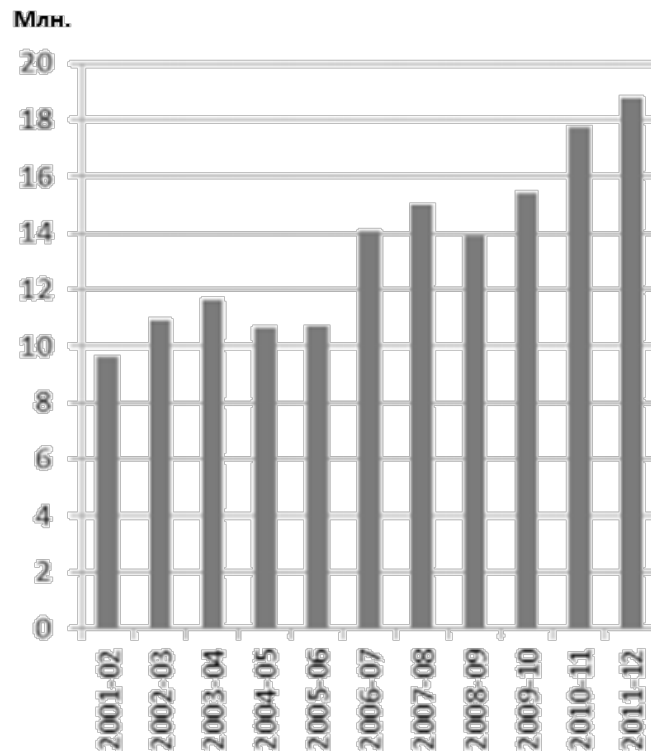


Рис.1 - Динаміка відвідування музеїв Великобританії з 2001 по 2012 р.р. (Побудовано за матеріалами [1])

Державна політика Великобританії спрямована на інтеграцію музеїв у сферу розваг. Це виявляється у таких формах: створення в музейних закладах функціональних приміщень для організації проведення заходів дозвілля і розваг (концертні зали, клубні кімнати, оглядові майданчики, атракціони, гральні куточки; проникнення "індустрії дозвілля" в музеї (відкриття магазинів, сувенірних лавок, кав'ярень, оренда музейних приміщень для проведення рекреаційних та розважальних заходів); використання в музейній діяльності форм відпочинку, дозвілля і розваг (гуртки, хобі-групи, свята, театральні, музичні, літературні і, тематичні вечори, конкурси, фестивалі, творчі лабораторії).

Своєрідну форму співпраці з населенням пропонують музеї Великої Британії: у Британському музеї можна орендувати приміщення для приватних прийомів, урочистого обіду або вечора відпочинку. Дозвілля можна організувати в Єгипетській галереї скульптур, Єгипетській галереї мумій, Античній залі, спеціальних приміщеннях музею. Музей Вікторії та Альберта пропонує відпочити у залі англійського художника, письменника, теоретика мистецтва Уільяма Морріса; поспілкуватися з друзями під відкритим небом у Саду Шреллі. Королівська Академія мистецтв обслуговує корпоративні вечірки. Обслуговування передбачає спілкування гостей, екскурсію по Академії та урочистий обід.

Така музейна політика є сьогодні органічною в контексті загальної світової тенденції і спрямована на розширення кола відвідувачів. Реалізується вона через спеціальні програми для різних соціально-демографічних груп, освітні акції, роботу інформаційних кімнат, "сімейних" центрів, заходів дозвілля, зрештою, просто через спілкування з друзями у кав'ярні або ресторані музейного закладу.

Державними програмами Британії у галузі культури передбачено створення музейних центрів у старовинних палацах, замках і монастирях. Унаслідок поєднання пам'яток минулого із сучасними технологіями відпочинку та спілкування з'явилися "екомузеї" — заклади культури нового типу, що враховують історичну, географічну, культурну специфіку конкретного регіону і виконують культурно-освітні, виховні, рекреаційні та комунікативні функції. Відомими прикладами таких музеїв є екомузеї у Лондоні, Глазго, Кардіффі. Відвідувачам тут (і не лише дітям) дозволяється ближче ознайомитися з деякими музейними експонатами: приміряти старовинний одяг, змайструвати за стародавніми схемами предмети побуту, розробити родовий герб, переглянути тематичні відеоматеріали, попрацювати з виробами із скла та порцеляни, створити новий експонат (модель, малюнок, схему). Деякі замки-музеї Великобританії пропонують послуги розміщення, даючи змогу туристам провести ніч в апартаментах різних епох, це наприклад Вікторіанський замок Льюс на Гебридських островах.

Також дедалі частіше музеї, картинні галереї, культурні центри розміщуються у старих приміщеннях фабрик, заводів, електростанцій, складів тощо. Наприклад на території занедбанної верфі у Ліверпулі розташувався культурно-мистецький центр "Альберт-Док"; у приміщенні колишньої електростанції у Бенксайді (Лондон) розміщено виставковий комплекс національної галереї Тейт — "Тейт-модерн"[4].

Ще одним прикладом організації дозвілля в музеях Великобританії є шоу-музеї. Шоу-музеї – це музеї з оживленими персонажами епохи, що експонується. Наприклад, не цікавий колись і рідко відвідуваний музей перших англійських поселень під Манчестером сьогодні перетворився в національне шоу за допомогою анімаційної організації експозиції в натуральну величину (село з живими героями, які проводять свої звичні роботи дома, на городі та ін.).

Всесвітньо відомим заходом дозвілля який не оминув і Великобританію є «Ніч в музеї». Музеї в нічний час - щорічна акція, яка відбувається на вихідних напередодні Міжнародного дня музею – 18 травня: ночівля, спеціальні розважальні програми, що проводяться в музеях та галереях по всій Великобританії. Фінансуванням акції займається Рада мистецтв Англії (Arts Council England).

Висновки. Британський досвід затребуваний в інших європейських країнах. Усе більше уваги приділяється розвитку аудиторії (audience development – англо-американський термін, який означає покращення

музейного сервісу для пошуку відвідувачів і розширення аудиторії). В європейських країнах запроваджують дослідження різних цільових аудиторій і намагаються зробити відвідувачів постійними.

Британські музеї ведуть пошук свого місця в багатоманітному культурному просторі. Музеї перетворюються на важливі осередки освіти і навчання та дозвільні центри, оскільки саме вони забезпечують доступ до національної культурної та природної спадщини людям різного фаху та віку, та пропонують абсолютно різноманітні програми для туристів. Вагомість цієї ролі базується на спроможності музеїв надавати громадськості інтерактивну, предметну й ідейну платформи для глибшого пізнання своєї етнічної ідентичності, нації та всього світу. Цим самим привертаючи увагу мільйонних потоків відвідувачів, позиціонуючи Великобританію як один із найпотужніших туристичних центрів Європи.

Список літератури

1. Museum and tourism [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.nationalmuseums.org.uk/media/documents/what_we_do_document/nmdc_museums_and_tourism_briefing_2013.pdf
2. Official statistics [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.mla.gov.uk/>, <http://www.mla.gov.uk/what/research/statistics>
3. «[Banking on tourism growth](#)» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.museumsassociation.org/museums-journal/news/01042011-banking-on-tourism-growth>
4. Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг [Електронний ресурс] – навч. посіб. для студ. напряму «Туризм» Київ, 2008 р. – Режим доступу: http://pidruchniki.ws/13331222/turizm/muzeyi_tsentri_organizatsiyi_dozvillya

Шапка І. С. Політика Великобританії у галузі музейної справи та роль музеїв у формуванні туристичного іміджу країни.

Розглянуто політику Великобританії у галузі музейної справи, зокрема систему органів управління та програми у галузі культури відносно музеїв. Проаналізовано місце музеїв у формуванні туристичного іміджу країни, ефективність їхнього використання як туристичних об'єктів.

Ключові слова: туристична політика, музеї, програми розвитку музейного туризму, культурний туризм Великобританії, туристичний імідж.

Шапка ІІ. С. Політика Великобританії в області музейного дела и роль музеев в формировании туристического имиджа страны.

Рассмотрена политика Великобритании в области музейного дела, в частности систему органов управления и программы культуры относительно музеев. Проанализированы место музеев в формировании туристического имиджа страны, эффективность их использования в качестве туристических объектов.

Ключевые слова: туристическая политика, музеи, программы развития музейного туризма, культурный туризм Великобритании, туристический имидж.

Shapka I. Policy of Great Britain in the field of museums and the role of museums in shaping the country's tourist image.

Policy of Great Britain in the field of museums is considered, in particular system of organs of management and program of development of museum tourism. The place of museums in shaping the country's tourism image, the efficiency of their using as tourist attractions.

Keywords: tourism policy, museums, programs of development museum tourism, cultural tourism of Great Britain, tourist image.