

Четвертый аспект – *решение жилищных вопросов*. С проблемами получения жилья молодое поколение сталкивается еще в студенческие годы. Жителям страны все сложнее получить место в общежитии, а речи об отдельной комнате студенческой семье даже речи не идет. Из-за большого потока иностранных студентов студенческая молодежь не имеет возможности решить свои жилищные вопросы. Общежития переполнены, условия проживания в них ухудшаются. Необходимо уделить внимание вопросу обеспечения жильем также и молодых специалистов, которые по распределению приезжают на свое первое рабочее место, особенно если это молодая семья.

Вызывает тревогу ситуация в сельской местности. К сожалению, студенты, приехавшие из села, не хотят возвращаться домой после получения диплома. Причиной является существенная разница в уровне жизни в городских и в сельских населенных пунктах. Уменьшение этого разрыва будет способствовать замедлению процессов урбанизации. Выходом из сложившейся ситуации может стать дополнительное стимулирование (льготы, налогообложение, кредитование) ведения бизнеса на селе. Это может быть агротуризм или фермерство.

Выводы. Подводя итог проделанной работе, можно сделать один общий вывод, в нашем государстве уделяется значительное внимание вопросам демографической безопасности, однако по мнению молодого поколения необходимо более детально проработать проблемные стороны сложившейся демографической ситуации в стране. Требуют всестороннего изучения и дополнения существующие программы медицинского обслуживания, жилищного строительства, поддержки рождения детей.

Список литературы

1. Национальная стратегия «Активное долголетие–2030» / Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 03.12.2020 № 693 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C22000693>. – Дата доступа: 20.04.2025.
2. Республика Беларусь 2024. Статистический ежегодник [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/66e/710tc5n78wkj4ulk6er8_jxshk1m1k740.pdf. – Дата доступа: 20.04.2025.
3. Национальная стратегия развития Республики Беларусь до 2035 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://economy.gov.by/uploads/files/Natsionalnaja-strategija-ustojchivogo-razvitija-Respubliki-Belarus-na-period-do-2035-goda.pdf>. – Дата доступа: 21.04.2025.

УДК 379.85

Т. Г. Флерко, А. С. Ковтуненко

ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В МУЗЕЙНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ ТУРИСТОВ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ)

УО «Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины»,
г. Гомель, Республика Беларусь,
flerco@mail.ru

В статье рассматриваются инновационные технологии, которые используются в мировой практике музейного обслуживания. На примере музейных комплексов Республики Беларусь показан положительный опыт развития музейного туризма посредством современных инноваций.

Инновационные технологии в туризме охватывают широкий спектр решений, включая цифровизацию процессов бронирования, использование мобильных приложений, виртуальную и дополненную реальность, а также новые подходы к маркетингу и управлению. Эти технологии не только повышают доступность информации для туристов, но и оптимизируют внутренние процессы компаний, работающих в сфере туризма.

Внедрение инновационных технологий в туристическую отрасль Беларуси представляет собой важный шаг к повышению конкурентоспособности и улучшению качества туристических услуг. Создание благоприятной среды для развития технологий, обучение кадров и активное продвижение страны на международном рынке помогут раскрыть полный потенциал белорусского туризма и привлечь большее количество туристов. Это не только будет способствовать экономическому росту страны, но и поможет сохранить ее уникальное культурное наследие и природные ресурсы для будущих поколений.

Тренды музейных технологий:

- «живые» музеи: внедрение инновационных технологий, таких как «умные» вещи, ожившие экспонаты;
- интерактивные технологии: использование радиометок, QR-кодов, сенсорных столов и интерактивных карт для взаимодействия посетителей с экспонатами;
- иммерсивные и сенсорные пространства: создание выставок, позволяющих посетителям стать свидетелями и участниками исторических эпох и событий;
- AR- и VR-технологии: применение технологий дополненной и виртуальной реальности для создания виртуальных миров вокруг экспонатов, вовлечения детской аудитории в музейную тематику;
- мультимедийные гиды и приложения: использование бесплатных мобильных приложений для получения информации об экспонатах и проведения мини-экскурсий [1].

Интернет вещей и digital форматы в музее:

- мониторинг температуры и влажности в залах (помогает сохранить экспонаты в хорошем состоянии);
- автоматическое управление освещением и отоплением в зависимости от времени суток и количества посетителей;
- использование датчиков движения для определения количества посетителей и оптимизации работы персонала;
- создание интерактивных экспонатов и инсталляций, которые реагируют на действия посетителей;
- применение систем распознавания лиц для контроля доступа и обеспечения безопасности экспонатов.

Методы взаимодействия с посетителями. На сегодняшний день существует большое количество подходов к взаимодействию с целевой аудиторией музея. Мы предлагаем разделить некоторые методы и их инструменты на две группы – традиционные и цифровые (информационные).

Традиционные методы представляют собой взаимодействие с посетителем музея в офлайн среде. Такой подход включает разнообразные формы общения с гостями и зрителями, способствует формированию новых партнерских связей и может принести новые источники финансирования.

Каждый музей имеет свою направленность и тематику, поэтому проведение *тематических экскурсий* – это незаменимый инструмент взаимодействия с посетителем. Кроме того, в залах музея можно проводить *тематические лекции и мастер-классы, воркшопы*: эти коллективные методы обучения и воспитания подразумевают активное участие каждого человека. Поэтому все участники будут вовлечены в процесс, а значит будут сформированы положительные впечатления от посещения. Ведь кого не заинтересует, например, мастер-классы по созданию различных этнических предметов или практика письма старинные письма.

Во время экскурсионного маршрута можно *демонстрировать фильмы* по тематике в пространстве музеев – для посетителя это отличный вариант провести досуг с пользой. Метод позволяет избежать пересечение потоков посетителей по маршруту экскурсии. Станет отличным решением проведение в *тематических залах концертов, чтений* или других мероприятий. Также музеи нередко сотрудничают с уникальными деятелями искусства и науки, которые смогут рассказать посетителям музея множество интересных историй и фактов о том, или ином событии. Все это позволяет расширить границы восприятия музея как площадки только для экспонирования.

Музей может стать площадкой, которая объединит киноманов и любознательных посетителей, литераторов и многих других. В этом поможет создание на базе музея *клубов по интересам*. Вы можете привлекать пользователей к обсуждению статей, разбору деталей экспонатов, проводить встречи клубов по интересам, вовлекать зрителей в создание сопровождений и целых выставок или экспозиций. Активное участие в жизни музея укрепит связь между посетителем и музейным пространством, его смыслами. С этой целью можно запускать внутри музея *тематические лаборатории или исследовательские школы* для разных возрастов: это не только заинтересует посетителей, но и может увеличить архивные фонды организации. К инструментам можно отнести тематические чтения, научные конференции и многое другое.

Проведение *специальных акций или продажа билетов с открытой датой* сможет стать визитной карточкой музея. Темы и ограниченный период времени позволят посетителю сформировать определенный запрос, так посещаемость точно возрастет. Также к интересным решениям можно отнести *уникальные тематические мероприятия*: например, пригласить посетителей посетить музей ночью, провести «тихий час» в стенах культурного пространства или даже поменяться ролями с сотрудниками на некоторое время.

Музей – это особенная территория, где совершаются настоящие открытия, происходят невероятные и захватывающие путешествия в глубину веков, в ходе которых всё (или почти всё) тайное становится явным. *Игры и квесты* – еще один инновационный формат для музеев, который давно завоевал признание в других сферах досуга. Продумайте необычные сценарии, по которым пройдут посетители вашего музея, чтобы раскрыть все тайны.

Цифровые методы представляют собой взаимодействие с посетителем музея в онлайн среде или посредством современных технологий.

Одними из главных таких подходов являются *виртуальные музейные экскурсии*: виртуальные музеи — это прекрасная возможность показать посетителям экспозицию без ущерба для реального музея. Популярность подобного интерактивного решения позволит увеличить посещаемость и реального музейного пространства: всемирный опыт показывает, что чем чаще люди посещают музеи онлайн, тем чаще они будут посещать их в реальной жизни (Третьяковская галерея, Лувр, Сикстинская капелла, Эрмитаж, музей Акрополя) и многие другие.

В то время как вы приглашаете уникальных деятелей искусства, чтобы проводить с ними дискуссионные встречи, вы также можете транслировать *прямой эфир в онлайн-пространстве*. Зрители, которые по каким-либо причинам не смогли присутствовать лично в музее, получают возможность ознакомиться с лекцией и задать возникающие вопросы в чате трансляции. Так музей станет восприниматься пользователями в качестве площадки для обмена опытом и мнениями.

Кроме того, музейное пространство может быть дополнено и изменено посредством *интерактивных элементов*: по QR-коду можно открыть интерактивный гид, игру или другой интерактив. Любое изменение в музее – всегда притягивает новых посетителей. Важным является продвижение музея и его деятельности в социальных сетях. Через разные каналы сотрудники могут рассказывать обо всех сторонах жизни организации, а также выстраивать диалог с пользователями.

Викторины в чат-ботах – один из методов, являющихся инновационным для музеев. Чат-бот – это программа для мессенджера, которая отправляет пользователю определенный контент в зависимости от выбранного варианта действий из предложенных. Боты доступны в таких социальных сетях, как: Телеграм и Вконтакте. Создавайте квиз, который поможет посетителям вашего музея разгадать загадки и больше узнать о музее. *Подкаст* – это аудио передача на определенную тему. На сегодняшний день насчитывается более 150 музейных подкастов по различным тематикам. В отличие от радио, которое вещает в прямом эфире, время потребления подкастов каждый слушатель выбирает самостоятельно. *Тематические онлайн-площадки*, на которых музеи могут размещать не только общую информацию, но и оцифрованные коллекции, статьи аудио-экскурсии, а также виртуальные туры.

В связи с развитием рыночных отношений и радикальными изменениями в духовной жизни общества многим музеям пришлось стремительно перестраивать свою работу, чтобы идти в ногу со временем. В музейной практике появились такие новшества, как оригинальные макеты, действующие старинные механизмы, театральные постановки, мини-концерты, ролевые игры, примерка народных или исторических костюмов, компьютерные гиды по основным объектам экспозиции. Государственный музей истории театральной и музыкальной культуры Республики Беларусь включил в экскурсию показ традиционной белорусской батлейки, который не оставляет равнодушным никого из посетителей и дает представление о белорусском народном кукольном театре.

С целью привлечения экскурсантов ежегодно разрабатываются качественно новые экскурсии с включением нетрадиционных компонентов – мультимедийных роликов, фильмов в трехмерном измерении. Показ экспозиции нередко завершается выходом из музея для осмотра близлежащих интересных архитектурных, исторических или природных объектов и т.д. Интересные примеры инноваций в музейных экскурсиях демонстрирует музей «Берестье» в Бресте, где гостей встречает «берестейский староста» в средневековом костюме. В ходе экскурсии они побывают на монетном дворе, где каждый сможет отчеканить для себя памятную монету, и посетят подворье древнего берестянина. Много оригинальных интерактивных элементов включено в экскурсионную программу по экспозиции юго-восточной казармы цитадели Брестской крепости «Музей войны – территория мира». Здесь представлены не только реликвии фондовых коллекций мемориала, но и образно-скульптурные инсталляции, которые оживают на глазах, благодаря современным информационным технологиям.

Музеем Янки Купалы в Минске разработан и активно внедряется интерактивный проект (игра викторина) «У пошуках папараць-кветкі» для разных категорий посетителей. В основе игры викторины лежит поиск. Каждому участнику предлагается путеводитель с вопросами, ответы на которые он может отыскать в экспозиции музея. Вопросы, которые сформулированы развернуто, т.е. с рассказом про эпоху, жизнь и творчество Янки Купалы, дают возможность экскурсантам не просто получить информацию, а приобрести новые знания путем исследований и открытий. Игра предусматривает момент состязания: выделяются победители, которые получают памятные призы. Чтобы обеспечить хорошее настроение, подвигнуть экскурсантов к активной деятельности, каждому из них вручают символическую «Папараць-кветку». Создает атмосферу колоритного праздника и сама ведущая игры – «Купаловская Павлинка» в красивом национальном наряде. Игра позволяет каждому посетителю провести свое личное исследование и убедиться, насколько богато неожиданными открытиями музейное пространство [2].

Музейные театрализованные праздники – инновация, которая является достаточно распространенной и популярной на туристском рынке. Многие музеи, в том числе Мирский и Несвижский замки предлагают посетителям новогодние анимационные программы. Нередко театрализованные представления приурочены к определенным юбилейным датам, государственным и народным праздникам. Иногда экскурсии полностью превращаются в театрализованные действия, сохраняя при этом свою познавательную значимость.

Примером может служить экскурсия «В гости к Зюзе Поозерскому». Зюзя – это персонаж бело русской мифологии, Бог зимы. В усадьбе Зюзи Поозерского экскурсанты становятся участниками увлекательного шоу с играми и забавами. Кроме этого, гостей ждет корчма «Ласункі ад Зюзі» с оригинальным угощением «Чарка, шкварка салёны агу-рок» и вкуснейшим чаем, настоем на травах. Для детей предусмотрен «Пачастунак ад Зюзі». На выставке-продаже «Паазерскія забаўкі» можно приобрести оригинальные сувениры на память. В конце программы гостей ожидает фейерверк.

Многие музеи и этнографические комплексы разработали и применяют на практике *анимации на свадебную тему*. В Мотольском музее народного творчества экскурсанты знакомятся с важнейшими этапами свадебного действа и проникнут в секреты создания свадебного караваия. Многие музеи проводят театрализованные свадьбы с настоящими женихами и невестами. Для новобрачных устраивается фольклорный праздник с обязательным включением народных игровых и познавательных элементов. Большой опыт организации свадебных торжеств в народном стиле накоплен в *Музее материальной культуры «Дудутки»*.

Один из древнейших белорусских праздников «Гуканне вясны» проводится в Белорусском государственном музее народной архитектуры и быта (Минский район, д. Озерцо). В этот день мелодично и протяжно звучат старинные обрядовые песни-веснянки, которыми зовут весну и птиц, несущих на своих крыльях тепло и солнце. На Вербной горе раскладывают костер, вокруг которого водят хороводы. Во время экскурсии рассказывают о древнем языческом празднике, приуроченном к приходу весны. Экскурсанты становятся непосредственными участниками театрализованного действа. Во время праздника проходят мастер-классы, где можно самим сделать птиц из теста, веночки из бумаги. Гости музея ждут концертная программа, выставка-ярмарка, угощения. Все желающие могут посетить действующую корчму – памятник деревянного зодчества конца XIX века, попробовать там блюда традиционной белорусской кухни.

Свою лепту в обновление подходов к экскурсионным программам уже внес первый в Беларуси Парк истории и культуры «Панскі Маентак Сула». Это уникальное место, сочетающее в себе не повторимую атмосферу возрожденной шляхетской усадьбы XVIII века и все удобства современного туристского центра. Здесь используется принцип «исторического погружения», когда история не просто демонстрируется в виде экспонатов, а оживает на глазах посетителей в виде мастер классов, шоу-программ, арт-экскурсий, познавательно-развлекательных программ, в которых экскурсанты принимают непосредственное участие [3].

В числе популярных инноваций можно смело назвать *ролевые игры на исторические темы*, которые проводятся в музеях и музейных комплексах, как в исторических интерьерах, так и на фоне архитектурных памятников. Экскурсантам предлагается выбрать себе костюм эпохи, в которую они собираются совершить путешествие, и представить себя, например, в роли средневекового рыцаря, княжеской особы и т.д. Согласно эпохе, экскурсанты участвуют в турнирах, пробуют свои силы в овладении правилами придворного этикета. Ролевые игры сопровождаются познавательной исторической экскурсией. Например, Рыцарский турнир в Острошицком Городке. Здесь проходит Международный фестиваль «Белый замок». Сюда на несколько дней приезжают шляхтичи и викинги, прекрасные дамы в нарядах, стилизованных под эпоху средневековья.

Во многих старинных усадьбах появились инновационные программы, которые можно объединить понятием «*живой музей*». Оживление экспонатов происходит путем включения в экскурсию оригинальных концертных программ, соединение музейной экспозиции с ремесленно-художественными мастерскими, где экскурсанты могут попробовать свои силы в традиционных ремеслах. В качестве примера «живого музея» можно назвать агротуристический комплекс «Гарадзенскі маентак Каробчыцы». При всей эклектичности данного объекта, вызывающей много справедливых нареканий историков,

искусствоведов и экскурсоводов, его несомненными плюсами являются настоящая конюшня с лошадьми, мини-ипподром, где можно ощутить себя седоком, конные прогулки в дилижансах, много радости посетителям доставляет и миниатюрный зоопарк.

Многие музеи мира создали свои собственные виртуальные экскурсии, в ходе которых каждый желающий может осмотреть экспозицию, побывать на редкой выставке, подробно ознакомиться с уникальными экспонатами по любой тематике. Все виртуальные экскурсии снабжены многочисленными фотографиями и краткими описаниями объектов показа. В Беларуси виртуальные экскурсии проводятся в музее Марка Шагала в Витебске. Широкий отклик получила виртуальная экскурсия по Борисову советской эпохи, которая стала ностальгическим экскурсом в годы детства и юности многих борисовчан.

В государственном историко-культурном учреждении «Гомельский Дворцово-парковый ансамбль», Национальном историко-культурном музее заповеднике «Несвиж», Музейно-замковом комплексе «Мирский замок» и других крупнейших музеях активно применяются аудиогиды (аудиопомощники) на русском и иностранном языках. Аудиогид, предполагающий последовательный и логический законченный рассказ, называют аудиоэкскурсией. Аудиогиды широко распространены за рубежом. Они во многом решают проблему языкового барьера, весьма актуальную в связи с развитием международного туризма не только для Беларуси, но и многих других стран, являющихся привлекательными туристскими дестинациями.

Таким образом музеи Республики Беларусь постепенно внедряют инновационные технологии, которые активно используются в мировой практике. Это позволит привлечь туристов, привлечет дополнительный доход и может стать новым этапом в развитии музейного туризма.

Список литературы

1. Яковенко, В. Е. Сущность и типы инноваций в сфере туризма / В.Е. Яковенко // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2014. – № 3. – 102–105 с.
2. Дзяржаўны літаратурны музей Янкі Купалы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://kupala-museum.by/navedvalniku/kosht-paslug>. – Дата доступа : 15.03.2025.
3. Парк истории и культуры «Панскі Маентак Сула» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://parksula.by/>. – Дата доступа : 15.03.2025.

УДК 379.85

Т. Г. Флерко, М. А. Кузьменцова

ЭКСТРЕМАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ИЗУЧЕНИЕ СПРОСА НА ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПРОДУКТ

УО «Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины»,
г. Гомель, Республика Беларусь,
flerco@mail.ru

В статье приводятся результаты социологического опроса исследования потребительских предпочтений в области экстремального туризма. Выделены виды наиболее популярных экстремальных туров, определены их предпочтительные ценовые границы. Проведена оценка критериев выбора экстремальных туров.