

УДК 069.013:316.774

UDC 069.013:316.774

**ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ РЕГИОНАЛЬНЫХ
МУЗЕЙНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ ПО
ПРИВЛЕЧЕНИЮ ПОСЕТИТЕЛЕЙ
В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19**

**ACTIVITY OF REGIONAL MUSEUM
ESTABLISHMENTS OF THE
REPUBLIC OF BELARUS
ON ATTRACTING VISITORS IN THE
CONDITIONS OF COVID-19 PANDEMIC**

С. Г. Долюк,
*аспирант кафедры этнологии,
музеологии и истории искусств БГУ*

S. Daliuk,
*Postgraduate Student of the
Department of Ethnology, Museum
Studies and History of Arts, BSU*

Поступила в редакцию 18.10.21.

Received on 18.10.21

Статья является первичным контент-анализом исследования музейной деятельности в рамках диссертационного исследования «Региональные музеи Республики Беларусь как центры развития туризма в 1991–2021 гг.». Методом сбора первичных данных было выбрано анкетирование. Целью исследования являлся сбор и оценка аналитического материала о деятельности музейных учреждений по привлечению посетителей в условиях пандемии. Для того чтобы достичь поставленной цели, были поставлены следующие задачи: а) провести опрос среди представителей музейных учреждений Республики Беларусь; б) выполнить сравнительный анализ количества посетителей и мероприятий, проводимых музейным учреждением. В ходе исследования был собран, проанализирован и представлен фактический материал о деятельности музеев по привлечению посетителей.

Ключевые слова: музейные учреждения, посетители, пандемия, инклюзивность, коммуникация, опрос.

The article presents the primary content-analysis of the study of museum activity within the framework of thesis research "Regional museums of the Republic of Belarus as centers of development of tourism in 1991–2021". Survey was chosen as the method of collecting the primary data. The goal of the research is collecting and estimation of analytical material about the activity of museum establishments on attracting visitors in the conditions of pandemic. To achieve the set goal the following objectives were set: a) to conduct a survey among the representatives of museum establishments of the Republic of Belarus; b) to conduct a comparative analysis of the number of visitors and events carried out by the museum establishment. During the research factual material about the activity of museums on attracting visitors has been collected, analyzed and presented.

Keywords: museum establishments, visitors, pandemic, inclusivity, communication, demand.

Введение. В связи со сложившейся ситуацией в условиях пандемии COVID-19 туризм оказался одной из самых пострадавших сфер мировой экономики. В докладе «Восстановление туризма для будущего: государственные меры в отношении COVID-19» ОЭСР отметил, что в 2020 г. объем международного туризма упал примерно на 80 %. Но одновременно на рынок выходят цифровые стартапы travel tech, появляются новые возможности для индивидуальных туров и форматы международного сотрудничества [1]. Смягчить этот удар помогает также внутренний туризм, по крайней мере, частично. Внутренний туризм обеспечивает столь необходимый импульс для поддержки многих туристических направлений и предприятий и будет оставаться ключевым фактором восстановления в краткосрочной и среднесрочной перспективе.

Несмотря на позитивные изменения и рост числа туристов в последние годы, ту-

ристическая сфера Республики Беларусь оказалась крайне уязвима для негативных последствий пандемии. Согласно данным Республиканского союза туристических организаций, падение в первые 9 месяцев 2020 г. составило 98 % въездного туризма и 80 % выездного туризма [2]. Белорусские туристические организации были вынуждены переориентироваться на развитие внутреннего туризма. Эксперты видят потенциал агроэко туризма и повышенный интерес путешественников к нематериальному культурному наследию страны. Данные веб-аналитики туристического портала Holiday.by подтверждают это. Летом 2020 г. туристический спрос на агроусадьбы вырос почти вдвое по сравнению с 2019 г. [3]. Не имея возможности отдыха за рубежом, белорусские туристы сконцентрировались на достопримечательностях своей страны, и путешествия по Беларуси получили новый стимул к развитию.

В то время как пандемия приостановила мировой туризм, миллионы находящихся на карантине людей стремятся получить культурные и туристские впечатления прямо из дома. В этот период спрос на виртуальный доступ к музеям, объектам культурного наследия, театрам и представлениям достиг беспрецедентного уровня. Деятельность музеев также претерпела ряд изменений. В условиях эпидемиологических ограничений музеи стали внедрять альтернативные методы работы. Пандемия COVID-19 обусловила коренной пересмотр в музейной деятельности: музеям приходится отказываться от образа «храма знаний». Гораздо большее значение приобрело понимание, что музей выполняет не только научную, но и развлекательную функцию. В этих реалиях условий функционирования музея важен музейный контент, традиции, бренд и баланс между онлайн- и офлайн-посещениями. Принятые сегодня музейными учреждениями меры по привлечению посетителей будут определять музеи завтрашнего дня.

Основная часть. Чтобы понять происходящие процессы и их влияние на развитие туризма, необходимо фиксировать и анализировать проводимые каждым отдельным музеем мероприятия. Для исследования разработана анкета, которая состоит из 12 пунктов, касающихся деятельности музея как туристического объекта. Она включает в себя несколько блоков вопросов:

1. Блок «Данные» характеризует музейные учреждения. Он состоит из четырех вопросов: 1) название организации; 2) профиль музея; 3) форма собственности; 4) уровень в системе государственных музеев (республиканский, областной, районный (городской), музей-заповедник, музей под открытым небом).
2. Блок «Мероприятия» включает вопросы, отражающие, как активно музейное учреждение привлекает посетителей. Он состоит из двух больших вопросов: 1) участвует ли музей в каких-либо фестивалях? Проводит ли фестивали на своей территории? Какие?; 2) проводит ли музей какие-либо образовательные программы в сфере экологии, культуры или традиций? Какие?
3. Блок «Реклама» связан с выявлением каналов коммуникации музейного учреждения с посетителями. Он состоит из трех вопросов: 1) использует ли музей рекламу в социальных сетях?; 2) издается ли музеем информационно-рекламная продукция? Где она распространя-

ется?; 3) с какими туристическими организациями сотрудничает музей?

4. Блок «Посетители» необходим в данном исследовании, для того чтобы выявить взаимосвязь между проводимыми мероприятиями и количеством посетителей в музейном учреждении. Он состоит из трех вопросов: 1) имеются ли в музее надлежащие условия для приема людей с ограниченными возможностями?; 2) какое количество туристов посетило музей в 2018, 2019, 2020 г.? Какое количество из них были иностранными гражданами? 3) испытывает ли музей трудности с привлечением посетителей? Последний вопрос имеет две вариации ответа: 1) если нет. Какие, на ваш взгляд, наиболее эффективные методы привлечения посетителей?; 2) если да. Какие, на ваш взгляд, основные трудности (проблемы) с привлечением посетителей? [4].

Опрос проводился в период с 01.08.2021 г. по 31.08.2021 г. среди представителей музеев Республики Беларусь. В связи с неблагоприятной эпидемиологической ситуацией опрос проводился в дистанционном формате – через официальную электронную почту учреждений. Всего в опросе приняло участие 18 музеев из всех областей Республики Беларусь: Бешенковичский районный историко-краеведческий музей; Брагинский исторический музей с картинной галереей; Воложинский краеведческий музей; Глубокский историко-этнографический музей; Городокский районный краеведческий музей; Кормянский районный мемориальный музей П. Н. Лепешинского; Коссовский дворцово-парковый комплекс; Костюковичский краеведческий музей; Миорский историко-этнографический музей; Мстиславский районный историко-археологический музей; Национальный историко-культурный музей-заповедник «Несвиж»; Осиповичский районный историко-краеведческий музей; Поставский районный краеведческий музей; Слонимский районный краеведческий музей им. И. И. Стабровского; Столинский районный краеведческий музей; Кобринский военно-исторический музей им. А. В. Суворова; Купаловский мемориальный заповедник «Вязынка»; Любанский музей народной славы.

Среди опрашиваемых самой многочисленной группой являлись музеи Витебской и Минской области. Наименее активными были представители музеев Гродненской области – только один музей согласился при-

нять участие в опросе. Все опрошенные учреждения государственной формы собственности. Из опрошенных учреждений 16 музеев являются районными, и только Государственное учреждение «Национальный историко-культурный музей-заповедник «Несвиж» и Купаловский мемориальный заповедник «Вязынка» являются республиканскими и подчиняются непосредственно Министерству культуры Республики Беларусь.

По профилю деятельности наиболее многочисленной группой стали комплексные музеи и историко-краеведческие. Кроме того, в опросе приняли участие историко-этнографические, историко-археологические, военно-исторические и литературный музеи.

Касательно деятельности музеев как туристических объектов, для привлечения посетителей музеями проводится ряд мероприятий: участие в международных и региональных фестивалях, проведение фестивалей, конференций и музейных занятий на территории музея, выездные и стационарные выставки, реклама в СМИ и социальных сетях и др. Главное направление эстетического воспитания музейными средствами – это широкое приобщение детей, подростков, молодежи к культурному наследию, включение объектов наследия в систему ценностей нового поколения. Для выполнения данной задачи музеи используют различные формы работы с посетителями, как традиционные – выставки, экскурсии, лекции, музейно-педагогические занятия, так и новые – мастер-классы, квесты, интерактивные экскурсии, исторические реконструкции и др. Исходя из полученных ответов можно сделать вывод, что большинство музеев (14 из 18) разрабатывают и проводят музейные занятия различной направленности для детей школьного возраста. К примеру Брагинским историческим музеем с картинной галереей разработано 20 отдельных занятий. Миорский историко-этнографический музей проводит 7 музейно-педагогических занятий для дошкольников и школьников – «Беларуская цацка», «Народныя промыслы-рамествы: ткацтва», «Гісторыя беларускай кухні», «Гліняны гаршок», «Мова беларускага арнаменту», «Вырабы з саломы, лазы, кары», «Блакiтны лён». Слонимский районный краеведческий музей им. И. И. Стабровского проводит 6 музейных занятий экологической и этнографической направленности: «В гостях у тетки Натальи», «У истоков народных традиций», «В гостях у Лесовика», «Ткаче-

ство и гончарство в жизни наших предков», «Звери и птицы в стихах и сказках», «Кукла своими руками». Любанским музеем народной славы проводятся: музейно-образовательная программа «Край над Орессой» для учащихся 4-х классов школ района и города в рамках предмета «Мая Радзіма-Беларусь»; цикл краеведческих уроков – «Любанщина историческая»; интерактивный проект – «Лялькі нашiх бабуль»; интерактивная игра – «Позывной Зыслов». Столинский районный краеведческий музей для детей дошкольного и младшего школьного возраста проводит музейно-педагогические занятия: «Ад блакітных кветак – да кашулі дзетак». Для школьников разработаны занятия – «Звычай і побыт нашых продкаў» и «Краснокнижники Столинщины». Глубокским историко-этнографическим музеем для старшеклассников и молодежи, организуются мультимедийные лекции, интеллектуально-приключенческие квест-игры, велопробеги краеведческой направленности. На базе Кормянского районного мемориального музея П. Н. Лепешинского открыта ремесленная мастерская по ткачеству и вышивке. Также они проводят образовательные программы «Юный краевед» и «Юный театр музейных интермедий». Бешенковичский районный историко-краеведческий музей проводит музейные занятия по различным темам: «История, культура и традиции Бешенковичского района», «История иконописи», «Историко-культурное наследие Бешенковичского района», «Белорусский национальный костюм», «Этнография Бешенковичского края». Городокский районный краеведческий музей проводит просветительские мероприятия экологической направленности – экоигры, музейные занятия на тему природы и экологии. Кобринским военно-историческим музеем им. А. В. Суворова ведется работа в сфере популяризации народных традиций и нематериального культурного наследия Республики Беларусь: музейно-педагогическое занятие, посвященное костюму Леликовской свахи; выставка «Народный костюм – живая традиция». Купаловский мемориальный заповедник «Вязынка» проводит интерактивные занятия «Багач» и «Вячорки». Три музея участвуют в международных и региональных фестивалях: Бешенковичский районный историко-краеведческий музей принимает участие в фестивале «Славянский базар», Глубокский историко-этнографический музей организует мероприятия в рамках «Вишневого фестиваля», Поставский районный

краеведческий музей принимает участие в международном фестивале народной музыки «Звіняць цымбалы і гармонік». Костюковичский краеведческий музей принимает участие в региональном фестивале поэзии и авторской песни «Письменков Луг». Городокский районный краеведческий музей принимает участие в районных фестивалях «Городокский Парнас» и «Мара гурмана». Кормянский районный мемориальный музей П. Н. Лепешинского участвуют в ежегодном открытом педагогическом фестивале «Наследие П. Н. Лепешинского», а также участвует в организации образовательного экспресс-курса по ткачеству на районном фестивале «Льняная карусель». Миорский историко-этнографический музей участвует в проведении экологического праздника «Жураўлі і журавіны Міёрскага краю». Столинский районный краеведческий музей принимает участие в районных фестивалях – Дожинки, Международный пленэр гончаров, фестиваль лошади «Полесская нива». Четыре музея проводят фестивали на своей территории. Мстиславский районный историко-археологический музей ежегодно (с 2007 г.) принимает участие в организации и проведении фестиваля средневековой культуры «Рыцарский фест». Купаловский мемориальный заповедник «Вязынка» проводит праздники Поэзии в честь дня рождения Янки Купалы и фольклорные фестивали «Багач» и «Гуканне вясны». Национальный историко-культурный музей-заповедник «Несвиж» ежегодно проводит фестивали: «Радзивиллиада», «Вечера Большого театра в замке Радзивиллов», «Гранд Кирмаш», «Несвижская фортеция» и др. Коссовским дворцово-парковым комплексом, в рамках открытого регионального конкурса рисунка «Спадчына-2021», была организована экскурсия и пленэр для 200 учащихся детских школ искусств Брестской и Гродненской областей. Становится традицией ежегодное проведение в стенах дворца бала одаренной молодежи Ивацевичского района. Городокский районный краеведческий музей на своей территории проводит краеведческую конференцию, как правило, один раз в год в декабре. В 2020 г. в Национальном историко-культурном музее-заповеднике «Несвиж» состоялась Международная научная конференция «Судьба фамильных собраний магнатских родов Беларуси», в 2021 г. семинар «Радзивиллы, Беларусь и Африка», посвященный 420-летию издания «Перегринации...» Николая Христофора Радзи-

вилла Сиротки и IX Республиканская научно-практическая конференция школьников и студентов «Архитектурные памятники барокко на территории Беларуси XVI–XVIII вв. (к 480-летию со дня рождения Яна Мария Бернардини)». Среди опрошенных учреждений Международную акцию Ночь музеев проводят шесть музеев: Воложинский краеведческий музей; Коссовский дворцово-парковый комплекс; Национальный историко-культурный музей-заповедник «Несвиж»; Осиповичский районный историко-краеведческий музей; Слонимский районный краеведческий музей им. И. И. Стабровского; Столинский районный краеведческий музей. Поставским районным краеведческим музеем при сотрудничестве с Общественным объединением «Агрозкотур» были созданы две экологические тропы в Поставском районе. Коссовский дворцово-парковый комплекс, Костюковичский краеведческий музей и Национальный историко-культурный музей-заповедник «Несвиж» проводят телевизионные съемки и съемки рекламных и образовательных видеороликов. Национальным историко-культурным музеем-заповедником «Несвиж» и Коссовским дворцово-парковым комплексом на территории музейного учреждения проводятся свадьбы и фотосессии. Слонимский районный краеведческий музей им. И. И. Стабровского проводит свадебное обрядовое мероприятие в интерьере музея. Данные по количеству проводимых мероприятий предоставлено только учреждением культуры «Коссовский дворцово-парковый комплекс» – в 2020 г. проведено 27 культурно-образовательных мероприятий.

Внедрение онлайн-программ способствует расширению доступности культурного отдыха и привлечению молодой аудитории в музейное учреждение. Благодаря проекту «Музеи Беларуси вместе с БЕЛКАРТ» 16 из опрошенных музеев, кроме Городокского районного краеведческого музея и Коссовского дворцово-паркового комплекса, разработали и представили виртуальные экскурсии по музеям на сайте проекта. Костюковичским краеведческим музеем разработаны тематические видеоэкскурсии по экспозициям и выставкам музея: «Костюковщина в годы Великой Отечественной войны» и «Жизнь продолжается...», в сети Интернет присутствуют разработанные музеем видеоролики «Воспоминания жителей Костюковичского района о Великой Отечественной войне 1941–1945 гг.» и «Музей в чемодане». Нацио-

нальный историко-культурный музей-заповедник «Несвиж» разместил виртуальную экскурсию на своем сайте, а на YouTube-канале музея представлен ряд видеолекций и видеоэкскурсий. Слонимский районный краеведческий музей им. И. И. Стабровского разместил на своем YouTube-канале видеоэкскурсии по экспозициям и выставкам музея, лекции и видеопроекты.

Рекламную печатную продукцию используют 13 музеев, кроме – Воложинский краеведческий музей; Миорский историко-этнографический музей; Осиповичский районный историко-краеведческий музей; Поставский районный краеведческий музей; Купаловский мемориальный заповедник «Вязынка». В большинстве случаев информационно-рекламная продукция распространяется внутри музея и за его пределами во время массовых мероприятий.

Тринадцать из опрошенных музеев сотрудничают с туристическими фирмами Республики Беларусь, кроме – Бешенковичский районный историко-краеведческий музей; Брагинский исторический музей с картинной галереей; Миорский историко-этнографический музей; Осиповичский районный историко-краеведческий музей; Любанский музей народной славы. Мстиславский районный историко-археологический музей и Национальный историко-культурный музей-заповедник «Несвиж» заключили договор о сотрудничестве с туристическими фирмами ближнего зарубежья.

Нужно помнить, что музей – это лишь один из вариантов проведения досуга, нуждающийся в рекламе. Многие музеи увеличили свое присутствие в сети Интернет как наиболее эффективном канале привлечения посетителей. Большинство имеет аккаунты и группы в ряде социальных сетей (Instagram, «Одноклассники», «ВКонтакте», Facebook), где регулярно размещаются новости об актуальных выставках и мероприятиях музея. Семнадцать музеев имеют официальные страницы в социальных сетях, кроме Городокского районного краеведческого музея. Наиболее популярными социальными сетями среди музейных учреждений являются «ВКонтакте» (13), Instagram (11) и «Одноклассники.ру» (10). Представительство в Twitter и YouTube имеет только Национальный историко-культурный музей-заповедник «Несвиж», а возможности Telegram использует только Слонимский районный краеведческий музей им. И. И. Стабровского.

Зарубежные музеи давно поняли, что полезно учитывать физические ограничения по-

сетителей. На этой идее основывается принцип универсального дизайна, который сейчас активно применяют и в музеях: если делать вещи, подходящие для пожилых, детей и людей с инвалидностью, то будет удобно и всем остальным. К сожалению, многие музеи Республики Беларусь работают в старых зданиях, не приспособленных для этих целей, и не имеют надлежащих условий для приема людей с ограниченными возможностями. Лишь шесть из опрошенных учреждений ответили положительно о доступности своих экспозиций для людей, передвигающихся на коляске, или людей с нарушением зрения – Брагинский исторический музей с картинной галереей; Воложинский краеведческий музей; Костюковичский краеведческий музей; Национальный историко-культурный музей-заповедник «Несвиж»; Слонимский районный краеведческий музей им. И. И. Стабровского; Любанский музей народной славы. К примеру, Национальный историко-культурный музей-заповедник «Несвиж» при организации осмотра музейной экспозиции предоставляет фрикционный подъемник «БАРС» для людей с ограниченными возможностями и облегченную коляску АРМЕД. В шести музеях инклюзивная среда организована частично – Глубокский историко-этнографический музей; Городокский районный краеведческий музей; Кормянский районный мемориальный музей П. Н. Лепешинского; Мстиславский районный историко-археологический музей; Столинский районный краеведческий музей; Кобринский военно-исторический музей им. А. В. Суворова. К примеру, в Глубокском историко-этнографическом музее у людей с нарушением опорно-двигательных функций организма могут возникнуть трудности с посещением экспозиции музея, расположенной на втором этаже здания, ввиду отсутствия пандуса или специального подъемного механизма. В Кормянском районном мемориальном музее П. Н. Лепешинского и Столинском районном краеведческом музее имеется только пандус. Важным моментом является не только возможность осмотра экспозиции, но и проводимые в музее инклюзивные мероприятия. К примеру, Коссовский дворцово-парковый комплекс в рамках направления работы «Музей для всех» провел мероприятие «Отдых в Меречевщине» для детей с особенностями психофизического развития. Костюковичским краеведческим музеем проводятся музейно-образовательные мероприятия различной тематики на бесплатной основе для

воспитанников отделения дневного пребывания Костюковичского РЦСОН, центра коррекционно-развивающего обучения и реабилитации отдела образования Костюковичского райисполкома. Специалистами Национального историко-культурного музея-заповедника «Несвиж» разрабатывается тактильная экскурсия для незрячих «История строительства Несвижского дворца».

Из-за отсутствия отдельного учета иностранных граждан в некоторых районных музеях нет возможности сделать объективный вывод о привлекательности музеев для зарубежных туристов. Однако исходя из общей статистики, предоставленной музеями, можно сделать вывод, что посещаемость музеев сильно сократилась в 2020 г. по объективным причинам, в связи со сложившейся эпидемиологической обстановкой и закрытием границ. Музеи не имели возможности проводить привозные выставки, посещение для учащихся было запрещено или ограничено. Так же многие районные краеведческие музеи испытывают трудности с привлечением посетителей, так как содержат однотипные экспозиции, которые практически не отличаются друг от друга своей тематикой и не изменяются со времен создания самих музеев. Имеется проблема с привлечением посетителей, связанная с необходимостью создания развлекательного контента с использованием современных технологий (технологии дополненной AR и виртуальной реальности VR, проекции, интерактивные панели и экраны, радиометки и QR-коды, 3D-принтеры, инклюзивные технологии, видео и аудиогиды) и несоответствием материально-технического оснащения учреждения. Еще в качестве проблемы некоторые музеи отмечают слабо сформированную традицию посещения объектов культуры в выходные дни. Наиболее низкий показатель посещений музея в 2020 г. по сравнению с 2019 г. был у Кобринского военно-исторического музея им. А. В. Суворова (2019 – 13 269, 2020 – 5731), Мстиславского районного историко-археологического музея (2019 – 15 791, 2020 – 6648), Национального историко-культурного музея-заповедника «Несвиж» (2019 – 426 000, 2020 – 141 000), Поставского районного краеведческого музея (2019 – 6241, 2020 – 2390) [4].

Заключение. В итоге заполнения опросного листа 18 музейными учреждениями собран фактический материал о деятельности музеев по привлечению посетителей. Большую часть из опрошенных учреждений со-

ставили районные историко-краеведческие и комплексные музеи. Исходя из полученных ответов можно сделать вывод, что основной формой деятельности большинства опрошенных музеев являются музейные занятия различной направленности для детей школьного возраста. Что свидетельствует о преобладании образовательного контента над развлекательным. Проведение фестивалей на музейной территории не распространено. Несмотря на многолетнюю практику лишь пять из опрошенных музеев проводят Международную акцию «Ночь музеев». Тогда как основную категорию опрошенных музеев составили районные историко-краеведческие музеи, только Поставским районным краеведческим музеем, проводятся экологические мероприятия на открытом воздухе с посещением двух экологических троп Поставского района.

Поскольку пандемия продолжает развиваться, все последствия еще не ясны. Однако возврат к «традиционному бизнесу» маловероятен. Внедрение онлайн-программ в деятельность музеев способствует привлечению новых категорий посетителей, но такой формат пока плохо поддается монетизации. Онлайн-экскурсии являются хорошим методом взаимодействия с аудиторией и могут стать дополнением к привычной экскурсионной деятельности музея. Однако ни один из опрошенных музеев не проводит онлайн-лекции или онлайн-экскурсии. Благодаря проекту «Музеи Беларуси вместе с БЕЛКАРТ» 16 из опрошенных музеев разработали и представили виртуальные экскурсии по музеям на сайте проекта. В большинстве случаев экскурсии представляют собой опубликованный контрольный текст экскурсии или описание экспозиции. Только два представленных музея разместили в сети Интернет ряд видеолекций и видеозаписей. Фокус на технологичность может помочь музеям преодолеть временные трудности и привлечь в музей молодое поколение. Однако для этого музею необходимы материально-техническое оснащение и привлечение партнеров и спонсоров.

Несмотря на то что многие музеи увеличили свое присутствие в ряде социальных сетей, основной формой рекламы все же остаются печатная продукция и публикации в районных СМИ.

Физическая доступность и использование различных каналов восприятия музейного контента предоставляют большие возможности и открывают новые перспективы

для развития музея. Однако лишь десять из опрошенных музеев ответили положительно о доступности своих экспозиций и мероприятий для людей, передвигающихся на коляске или людей с нарушением зрения.

Согласно исследованию, многие музеи испытали значительное снижение количества посетителей в 2020 г., что привело к снижению доходов. Большинство музеев понесли существенные убытки в связи с глобальным сокращением туризма. Сравнительный анализ количества посетителей и мероприятий, прово-

димых музейным учреждением, показал, что более всего пострадали музеи, которые проводили массовые мероприятия и имели поток туристов от сотрудничества с туристическими фирмами. Снижение потока российских туристов и ограничения в проведении привозных и вывозных выставок сильно сократили количество посетителей данных музеев. Однако более конкретные выводы можно будет сделать при более масштабном опросе и проведении интервьюирования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Rebuilding tourism for the future: COVID-19 policy responses and recovery [Electronic resource] : OECD Policy Responses to Coronavirus (COVID-19) updated 14 December 2020. – Mode of access: https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=137_137392-qsvjt75vnh&title=Rebuilding-tourism-for-the-future-COVID-19-policy-response-and-recovery. – Date of access: 27.09.2021.
2. Катастрофический сезон: как белорусская туротрасль переносит пандемию коронавируса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rest.ej.by/competent/2020/10/28/katastroficheskiy-sezon-kak-belorusskaya-turotrasl-perenosit.html>. – Дата доступа: 27.09.2021.
3. Выручка упала на 95 %, но паники больше нет»: что происходит на рынке туризма в Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://probusiness.io/markets/7656-vyruchka-upala-na-95-no-paniki-bolshe-net-cto-proiskhodit-na-rynke-turizma-v-belarusi.html>. – Дата доступа: 10.11.2020.

REFERENCES

1. Rebuilding tourism for the future: COVID-19 policy responses and recovery [Electronic resource] : OECD Policy Responses to Coronavirus (COVID-19) updated 14 December 2020. – Mode of access: https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=137_137392-qsvjt75vnh&title=Rebuilding-tourism-for-the-future-COVID-19-policy-response-and-recovery. – Date of access: 27.09.2021.
2. Katastroficheskiy sezon: kak belorusskaya turotrasl' perenosit pandemiyu koronavirusa [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <https://rest.ej.by/competent/2020/10/28/katastroficheskiy-sezon-kak-belorusskaya-turotrasl-perenosit.html>. – Data dostupa: 27.09.2021.
3. Vyruchka upala na 95 %, no paniki bol'she net»: chto proiskhodit na rynke turizma v Belarusi [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <https://probusiness.io/markets/7656-vyruchka-upala-na-95-no-paniki-bolshe-net-cto-proiskhodit-na-rynke-turizma-v-belarusi.html>. – Data dostupa: 10.11.2020