А. Г. Капустина

Южный федеральный университет

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ МУЗЕЯ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ

Большинство музеев в XXI веке активно интегрированы в туристическую сферу. Программы туристических маршрутов в обязательном порядке содержат графу посещения одного или нескольких музеев. Такое сотрудничество взаимовыгодно, поскольку привлекает большее количество туристов в регион, посетителей в музеи, и, следовательно, доходы в местный бюджет. По данным исследований культурно-познавательные мотивации в современном мире являются ведущими в структуре туристских поездок, доля культурного туризма в общемировом туристском потоке составляет не менее 40 %.

Наиболее успешными являются те музеи, которые сумели адаптироваться к новым условиям функционирования в глобальном информационном обществе. Фактор успешности в современном мире определяется такими критериями как объемы прибыли, степень узнаваемости, востребованности, авторитетности. Для достижения этих результатов субъектам экономических, социально-культурных отношений, к которым относятся и музеи, в своей деятельности необходимо использовать инновационные информационно-коммуникативные ресурсы. В XXI веке музеи вышли в информационное пространство, где успешно осваивают информационные и интерактивные технологии для поддержания конкурентоспособности.

В каждом регионе Российской Федерации есть свой социально-культурный институт, успешно интегрированный в инфраструктуру культурно-познавательного туризма. В Ростовской области, по мнению автора, в качестве примера можно назвать Азовский историко-археологический и палеонтологический музей-заповедник. В музее собрана уникальная коллекция, включающая скелеты древних гигантских животных.

Администрация музея выстраивает грамотную коммуникативную стратегию взаимодействия с разнообразными субъектами: посетителями, средствами массовой информации региона, различными социальными структурами, субъектами бизнеса и политики, используя широкий арсенал современных маркетинговых коммуникаций. Музей располагает собственным сайтом с развитой системой навигации и регулярной наполняемостью новостями о проводимых конкурсах, акциях, событиях. Информация на сайте музея представлена на 17 языках. Сообщения о деятельности музея регулярно появляются в СМИ региона, поскольку сотрудники музея инициируют информационные поводы – от археологических находок и научных открытий до организации и разнообразных тематических выставок и праздников, обеспечивают их освещение в разных медиа. Музей также представлен в социальных сетях и на развлекательных информационных ресурсах. Самые популярные экспонаты используются в сувенирной продукции.

Таким образом грамотная стратегия информационного продвижения Азовского историко-археологического и палеонтологического музея-заповедника обеспечивает ему постоянное присутствие в глобальном медиапространстве, высокую популярность в регионе и узнаваемость за его пределами.