

Россияне как потребители туристско-экскурсионного краеведческого продукта

Трансграничные маршруты по землям Германии

Бютнер Анастасия Витальевна (ФРГ, директор фирмы, разработчик экскурсий для россиян по Германии).

Лескова Галина Андреевна, (Санкт-Петербург, профессор кафедры проектирования в сфере культуры СПбГИК)

Германия и ее земли в турах для россиян

- Германия (ФРГ) разделена на 16 федеральных земель, которые принято называть регионами. К федеральным землям, по немецким законам, приравнены три города – Берлин, Бремен и Гамбург. Все 16 земель – ландов - отличаются своими традициями, природой, историческими достопримечательностями.
- Земля Германии: В современной Германии - «государство-член» федерации немецких государств. Для отличия от «страны» в широком значении слова часто также употребляется термин «федеральная земля», но в юридических документах, таких как, например, Основной закон ФРГ или конституциях земель, он не используется, вместо него употребляется термин «немецкие земли» или «земли Федеративной Республики Германия».
- К началу XXI века в стране насчитывалось более 4,5 тысяч музеев, причём их число растёт. В год на них приходится более 100 млн посещений. На первое место в последние годы выдвинулись краеведческие музеи - . Каждый регион по-своему прекрасен и уникален, что делает его главный – краевой – музей интересным для посещения вне зависимости от специфики самого края: морской ли он курорт, экономический центр страны или земля, по которой ходили Иоганн Себастьян Бах или Мартин Лютер, Гете или Шиллер. Главное достоинство музеев – обилие подлинных - аутентичных – экспонатов и умелое их экспонирование

Наш доклад и презентация посвящены анализу новых типов личности экскурсантов-россиян, порождаемых процессом глобализации и их краеведческим интересам. Край свой, край «другой»

- На основе анализа источников нами выявлены такие модальные типы личности экскурсанта эпохи глобализации: «человек глобальный» – «Homo globalis», «человек дигитальный (цифровой)» – «Homo digitalis», «человек консьюмер» и «человек мобильный» – представлен такими разновидностями глобальная мать и глобальная семья, г
- В последние десятилетия основным трендом глобализация, зиждущаяся на «трех китах» потоках капиталов и мобильности людей –



Кому удалось в юношеские годы хорошо путешествовать, тот вступает в жизнь с незаменимым запасом таких знаний, умственных навыков и душевных сил, каких он не мог бы почерпнуть ни у какого иного источника: годы учения (Lehrjahre) должны быть... годами странствий (Wanderjahre).

И. М. Гревс

- Общеизвестно, что путешествия оказывают сильнейшее влияние на человека.
- Представители немецкой нации всегда много путешествовали. Недаром в словах И. М. Гревса, приведенных в эпиграфе, употребляются немецкие выражения: (Lehrjahre, Wanderjahre).
- Вспомним итальянца Марко Поло и русского Афанасия Никитина: «Хожение за три моря». Вспомним, чему удивлялись и привозили с собой в качестве сувенира – «знака на память о том, чего у нас нет»
- Общеизвестно, что путешественники оказывают сильнейшее влияние и на места, где они бывают (побывали): в Германии все музеи «заточены» не только на местных жителей, но и на путешественников – соотечественников и иностранцев.

Однако цели глобальных туристов меняются во времени. Приводим типы туристов в их историческом развитии

- Турист как *homo aestheticus*: пополняющий свой эстетический опыт.
- Турист как *homo scientific* – человек научный.
- Турист как *homo ludens* – человек играющий.
- Турист как *homo economicus*: валютоносные точки.
- Турист как *homo habilis* – человек умелый.
- Турист как *homo sociologicus* – человек социальный.
- Турист как *homo virtualis*.
- Турист как *homo globalis*.
- Турист как *homo localis*.

Новый тип туриста - «Homo mobilis»: «дитя глобальной миграции»

- Процесс международной мобильности населения породил новый тип модальной личности «Homo mobilis»– «городского кочевника» и «дитя глобальной миграции».
- Влияние активной географической мобильности на человека неоднозначно. С одной стороны, свобода передвижения на большие расстояния предоставляет уникальные возможности для профессиональной и личностной реализации, знакомства с новыми культурами и стилями жизни, с историями на месте их действия.
- С другой стороны, замечено, что повышенная географическая мобильность подрывает устои семейной жизни. Так, результаты проекта Евросоюза показали, что мобильность препятствует успешному исполнению родительских функций и развитию семьи, особенно среди женщин.
- Но благодаря новейшим транспортным технологиям формируются семейные формы «интимной мобильности», ставшие возможными благодаря домам на колесах и семейным автомобилям. Они позволяют осуществлять семейные туристские поездки на дальние расстояния. Такова Германия для россиян
- Следовательно, хотя «Homo mobilis»–это зачастую пилигримы-одиночки, оторванные от семьи и родовых корней, в то же время, это и счастливые семейные люди, которые имеют возможность путешествовать семьей, вместе познавать мир и приобретать драгоценный опыт.
- СУДЯ ПО БЛОГАМ РОССИЯН, ОНИ ЧАСТО ПОСЕЩАЮТ ГЕРМАНИЮ СЕМЬЯМИ, ОСОБЕННО С ДЕТЬМИ ШКОЛЬНОГО И ДАЖЕ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА, ИНТЕРЕСЫ КОТОРЫХ УЧИТЫВАЮТСЯ ЭКСПОЗИЦИОНЕРАМИ КРАЕВЕДЧЕСКИХ МУЗЕЕВ ГЕРМАНИИ.
- Не отстает от деятельности краеведческих музеев и книгоиздательская деятельность. ОЧЕНЬ ПОПУЛЯРНЫМИ СТАЛИ КОМИКСЫ, ДЕЛАЮЩИЕ ДОСТУПНОЙ ДЕТЯМ «ВЗРОСЛУЮ ИСТОРИЮ И КУЛЬТУРУ».

Saurer & Albers — имя дуэта художников Ульрике Альберс (дизайнер и писатель) и Йоханнес Заурер иллюстратор и карикатурист.

Немецкая команда авторов текстов и изображений создает и публикует комиксы в основном об исторических личностях, лицах современной истории, городах, регионах и замках.

Сотрудничество двух авторов началось с мультсериала «Маленький Амадей» о Вольфганге Амадее Моцарте 15 лет тому назад. После этого у них возникло общее желание создавать, рисовать и публиковать собственные истории в комиксах.

Свои истории Saurer & Albers пишут и рисуют после сбора информации из экскурсий по музеям, бесед и книг.

Затем они разрабатывают историю, за которой следует текст и рисуют фоны и персонажей. Комиксы печатаются тиражом до 5000 экземпляров. Хорошо раскупаются в музейных бутиках

На комиксах «Vater und Sohn» выросло уже не одно поколение немецких детей.



Практически в каждом немецком краеведческом музее раскрыта тема детства

Приемы комикса используются и в музее, и в городской среде. Комикс — это история, и очень важно, чтобы она была интересной. Это сделают необычные локации, смешной рисунок и необычно изображенный герой и сильная ЭМОЦИЯ



Необычные качели в музее
Фогтсбауэрнхоф



Семейных туристов-россиян умиляет туалет
XVII века с отдельным сидением для детей.

Памятник хлебу в Эрфурте – столице
Тюрингии.

Велика воспитательная функция немецкого краеведческого музея:

Так, например, **Этнографический музей немецкой деревни - «Фогтсбауэрнхоф»** в горах Шварцвальда – это настоящий учебник сельского быта и обучения культуре повседневности.

Музей открыли в 1964 году, и это был первый музей под открытым небом Федеральной Земли Баден-Вюртемберг. На момент открытия это был одно подворье «Фогтсбауэрнхоф», именно так называли музей.

За прошедшие годы музей значительно разросся, и сегодня в нем можно увидеть, как жили люди в разных регионах Шварцвальда в разные времена.

Часто посещается россиянами, равно как и Клубничная деревня рядом с Ростокком, где я живу и работаю.

На фото справа – пол, выложенный из деревянных чурочек (Чурка — дрова: короткий отрезок дерева, идущий на растопку печи или на изготовление мелких предметов

Часто в домах немецких деревень из обрезков дерева выстилалась полы. Это очень по-немецки, ничего не должно пропадать.



**Город под туриста
Страна под туриста
Музеи под туриста**

Люди – жители – живут «под туриста»

Какую роль выполняют краеведческие музеи, знакомящие с жизнью немецкой деревни – «дорфа»? Предлагают альтернативу для горожанина – бегство из города, возвращение к истокам жизни деревенской общины

Глобализм разделил всех потребителей на две группы – глобалов и локалов

Польский социолог Зигмунд Бауман пишет о том, что разделение человечества по признаку государственной принадлежности становится всё более условным.

Жители "нового прекрасного мира« будут подразделяться на "глобалов" (globales) и "локалов" (locales).

Концепция краеведческого тура и краеведческого музея

должна делаться в расчете на тех и на других – попросту говоря – мыслиться глобально, но делаться на локальном, местном материале по типу «каждый кулик свое болото хвалит»»

Заключение

- Итак, экскурсоводам следует иметь в виду, что в группе могут одновременно присутствовать как **глобалы, так и локалы** с их ожиданиями, с разным отношением к глобальному и локальному в культурной среде посещаемого музея, города, края и в ее духовном освоении.
- Немаловажен в контексте разговора о предстоящей аккредитации экскурсоводов вопрос об **идеологии экскурсии** – об интерпретации показываемой среды с позиций глобализации (космополитизма) или с позиций локализма – с выделением местного, краеведческого или широко - всечеловеческого и всемирного.
- Такова идея современного краеведения, таков его девиз: «**МЫСЛИТЬ глобально, действовать локально**» и наоборот: «**действуя локально, общемировые ценности**»



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!!!

