

Министерство культуры Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное учреждение культуры
«КИРИЛЛО-БЕЛОЗЕРСКИЙ ИСТОРИКО-АРХИТЕКТУРНЫЙ
И ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ МУЗЕЙ-ЗАПОВЕДНИК»

Музей глазами зарубежных гостей (на основе их отзывов)

Методист отдела
культурных мероприятий
Т.В. Усова

В настоящее время Кирилло-Белозерский музей-заповедник является крупным культурным центром. С 1997 года музей включен в Государственный свод особо ценных объектов культурного наследия народов Российской Федерации. С 1991 года музей-заповедник включен в новый водный туристический маршрут «Москва – Санкт-Петербург». На этом маршруте Кириллов стал визитной карточкой Вологодской области и пользуется большой популярностью среди иностранных туристов.

Ежегодно большое количество иностранцев посещает Кирилло-Белозерский музей-заповедник. Среди них много известных людей. В 2014 году в музее побывали Брюс Тёрнер, генеральный консул США в Санкт-Петербурге, Раджеш Бансал, первый секретарь Посольства Индии в России, Рут Шайдэггер-Майер, дочь известного швейцарского писателя Герхарда Майера. (Фотографии 1–4)



Фотография 1. Туристы из Германии



Фотография 2. Гость музея – Генеральный консул США в Санкт-Петербурге Брюс Тёрнер



Фотография 3. Первый секретарь Посольства Индии в России Раджеш Бансал



Фотография 4. Рут Шайдэггер-Майер, дочь известного швейцарского писателя Герхарда Майера и почётные гости Международного фестиваля кружева «VITA LACE»

За последние пять лет самое большое количество иностранных посетителей было в 2012 году – 84 тысячи, к 2014 году этот показатель уменьшился незначительно. (Рисунок 1)

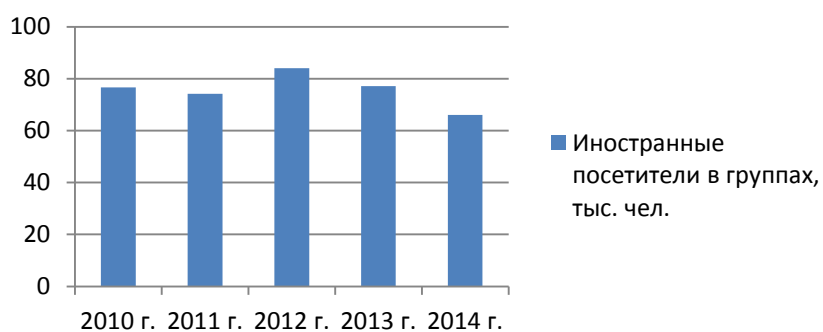


Рис.1 Динамика количества иностранных посетителей в группах за 2010–2014 годы

В 2014 году были проведены экскурсии для 66 тысяч иностранных гостей, что составляет 64% от общего количества посетителей в группах. (Рисунок 2)

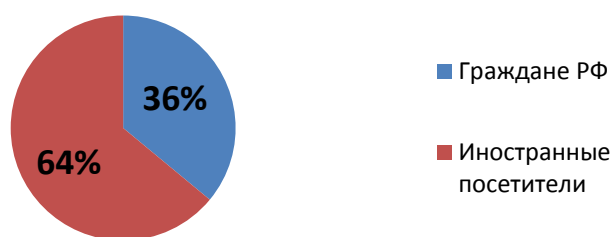


Рис.2 Количество посетителей в экскурсионных группах в 2014 году

В связи с этим перед музеем стоит задача формирования своего положительного имиджа, одной из составляющих которого является компетентность, профессиональный уровень экскурсоводов. Систематически проводится работа по повышению качества экскурсий. В 2011–2013 годах сотрудники музея обучались на курсах повышения квалификации по программе Вологодского государственного педагогического университета «Деловой английский (французский, немецкий) язык для сотрудников учреждений культуры». Это способствовало увеличению количества экскурсоводов, проводящих экскурсии на иностранных языках, и повышению качества ведения экскурсий.

Среди иностранных посетителей преобладают туристы, говорящие на английском, французском, немецком, испанском и итальянском языках. В 2014 году 52 экскурсовода работали с посетителями, среди них 18 экскурсоводов, проводящих экскурсии на английском, французском и немецком языках, в том числе 4 экскурсовода, владеющих двумя иностранными языками и один – тремя. Экскурсии для иностранных гостей проводятся как на иностранных языках, так и на русском, во втором случае с группой работают экскурсовод музея и гид-переводчик, сопровождающий группу. В 2014 году было проведено 8665 экскурсионных часов, из них 2316 – на иностранном языке, что составляет 27% от их общего количества. (Рисунок 3)

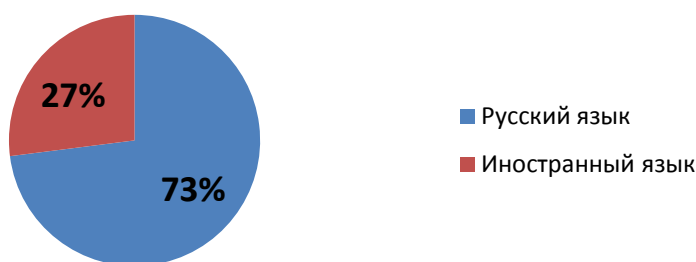


Рис.3 Экскурсионные часы, проведенные на русском и иностранных языках в 2014 году

Качество проведения экскурсии и уровень владения языком высоко оценивается экскурсантами, что находит отражение в пожеланиях, оставляемых иностранными посетителями в книгах отзывов. Вот некоторые из них:

«Спасибо приятным экскурсоводам за такие интересные пояснения» (Франция)

«Спасибо! Экскурсовод – молодец!» (Франция)

«Спасибо огромное за отличную, подробную и интересную экскурсию! Прекрасно и профессионально рассказано, очень приятный человек! Спасибо!» (отзыв финской группы об экскурсии, проведенной Надеждой Яниной)

«Хотелось отметить нашего гида по музею и монастырю. Татьяна. Милый человек, полный рассказ, любовь к профессии. Спасибо! Мы очень довольны!» (отзыв финской группы)

«Очень интересная экскурсия» (США)

Требования, предъявляемые к экскурсоводам, высокие, от их межкультурной компетенции зависит уровень качества турпродукта, включая объем предлагаемой информации, ее достоверность, формы и способы ее подачи, а также новизну. Уровень квалификации экскурсоводов, которую составляют знание маршрута и объектов показа, кросс-культурные знания, т.е. знания своей культуры и культуры туристов, этика поведения, уровень вербальной и невербальной коммуникации, а также личностные качества являются основой не только успешной межкультурной коммуникации, но и полноценной туристической деятельности. Следовательно, экскурсоводам необходимо постоянно продолжать повышать уровень владения иностранным языком и качество проведения экскурсии с целью соответствия требованиям, предъявляемым туристами. Значительная роль в этом отводится самообразованию экскурсоводов.

Одной из главных задач формирования позитивного имиджа музея является совершенствование экспозиционно-выставочной деятельности, популяризирующей шедевры древнерусского искусства. Экспозиции и выставки музея являются специфическим музейным способом коммуникации, привлекают иностранных посетителей, формируют у них интерес к истории и культуре русского народа, его традициям и обычаям.

Мнение иностранных гостей об экспозициях и выставках, в целом о коллекциях музея можно также найти в книгах отзывов.

«У вас все прекрасно» (Испания)

«Для меня это путешествие в Россию – изумительное открытие, этот красивый монастырь поразил меня не только своими размерами, но и своим значением, содержимым» (Франция)

«Великолепный музей, редко увидишь иконы, которые представляют такую ценность. Спасибо» (Франция)

«Очень духовный!» (Англия)

«Замечательно, красивая экспозиция» (об экспозиции «Русское церковное искусство XVII–XIX веков»)

«Невероятно!» (Аляска)

«Очень интересно! Сколько красивого можно увидеть! Великолепно!»

«Очень интересная экспозиция по иконографии» (об экспозиции «Древнерусское искусство XV–XII веков»)

«Поздравляем с сохраненным наследием монастыря и аутентичностью»

«Очень красивый музей!»

«Очень оригинальный!»

«Красиво!» (Голландия)

«Великолепная коллекция!»

«Очень, очень, очень, очень, очень красиво!»

«Благодарим вас за то, что мы можем видеть эту великолепную коллекцию шедевров и богатство православной церкви! Спасибо Вам!» (группа из Франции)

«Спасибо за такую красоту!» (Квебек, Канада)

«Этот прекрасный монастырь останется у нас в памяти. Спасибо!» (французская группа с теплохода «Николай Карамзин»)

На основании этих отзывов, можно сделать вывод, что многие иностранные туристы, посещая экспозиции и выставки музея, понимают историческую, культурную и духовную ценность объектов показа.

Одним из элементов восприятия иностранными посетителями туристического объекта является его внешний облик и ландшафтное решение. В ходе экскурсии посетителей знакомят с основными направлениями проводимых реставрационных работ. Иностранные гости выражают надежду на продолжение этих работ, их пожелания также можно найти в книгах отзывов:

«Спасибо за сохранение для будущих поколений»

«Успехов в реставрации»

«Дай Бог, чтоб вам удалось восстановить все ваши прекрасные памятники. Надеемся когда-нибудь вернуться в эти замечательные края! С уважением Герардо (Куба) и группа испанских туристов»

Гостей из Белоруссии поразило цветочное оформление в музее:

«Выражаем восхищение и удивление цветочному оформлению клумб в музее-заповеднике. Огромное спасибо золотым рукам женщин, создающих такую красоту. Каждая клумба оформлена по-особенному, радует глаз разнообразие цветов. Особенно восхищают розы у Архимандрита, в Северном крае и такая красота. Огромное спасибо женщинам-цветоводам за их самоотверженный труд и любовь к красоте.

Искренне желаем им трудовых успехов, терпения, крепкого-крепкого здоровья, чтобы красота, созданная ими, радовала всех гостей музея многие-многие годы.

С искренним уважением и восхищением гости из Белоруссии»

Как показывают отзывы иностранных туристов, в целом у них формируется положительная оценка музея. Большинство побывавших в музее иностранных гостей отмечают, что монастырь, его история, архитектурный ансамбль, коллекции музея вызвали у них интерес.

Таким образом, необходимо продолжать работу по формированию положительного имиджа музея, искать новые формы и методы работы для привлечения посетителей в музей.