

**Майорова Виктория Юрьевна,**  
методист МБУ ДО ЦВР «Парус» г. о. Самара, г. Самара  
[nikgya@mail.ru](mailto:nikgya@mail.ru)



### **Новое поколение выбирает квест: к вопросу о реализации современных форм экскурсионного продукта**

**Аннотация.** Статья посвящена анализу наиболее популярных на сегодняшний день форм проведения экскурсий; раскрыт вопрос популяризации квест-экскурсии как инновационной формы разработки экскурсионного продукта в соотношении с проблемой недостаточного уровня необходимых умений и навыков у многих специалистов-практиков. Также автором проведена параллель между традиционным, активным и интерактивным методом организации экскурсионного маршрута.

**Ключевые слова:** экскурсия, интерактивная экскурсия, квест, экскурсия-приключение, инновации в экскурсионной практике.

**Раздел:** (01) педагогика; история педагогики и образования; теория и методика обучения и воспитания (по предметным областям).

Одним из важнейших направлений деятельности современной туристской индустрии является организация работы экскурсионного бюро (отдела туристической компании).

Для любого региона знакомство с его достопримечательностями является, с одной стороны, способом формирования его внешнего имиджа и привлекательности, развития въездного туризма, а с другой, – формой патриотического воспитания подрастающего поколения.

Въездной туризм для Самары на сегодняшний момент в доминанте носит сезонный характер, обусловленный периодом речной навигации; отчасти он относится к профессионально ориентированным гостям нашего города (посещающим его в рамках командировки). Современные учёные считают, что «лишь деловые туристы образуют в настоящее время контингент экскурсантов» [1, с. 278].

Однако активными потребителями экскурсионного продукта в настоящее время в Самаре являются местные жители, представленные несколькими социальными группами:

- школьники, посещающие экскурсии в рамках организации внеурочной воспитательной работы);
- профессиональные коллективы, сформированные профкомами с целью организации культурного досуга сотрудников;
- сборные группы экскурсантов, имеющие потребность в живом познавательном отдыхе.

Если для иногородних туристов экскурсия (как обзорная, так и тематическая) практически всегда представляет живой интерес, так как даёт информацию о заведомо новом, а её посещение является заранее продуманным и запланированным шагом, то экскурсионный продукт, предоставляемый местным жителям, не всегда воспринимается ими осознанно и благодарно.

Наиболее сознательными местными экскурсантами являются участники сборных групп, сделавший этот выбор по собственной воле.

Профессиональные коллективы очень часто, выезжая на экскурсию, воспринимают этот вояж в первую очередь как способ отдыха в приятной компании вне привычных домашних условий, а не как способ познать что-то новое.

Школьники в этом смысле являются одной из «проблемных» аудиторий, так как экскурсию воспринимают как вариант замены уроков, что позволяет им расслабиться, отдохнуть от информации, а значит просто не слушать экскурсовода. Конечно, это во многом зависит от возраста детей. Младшие школьники более дисциплинированы, но в силу своей возрастной психологии не могут длительный промежуток времени концентрировать своё внимание (в их жизнедеятельности огромную роль ещё занимает игра). Средний и старший школьный возраст отличается слабым уровнем мотивации к экскурсионному познанию, так как считает эту форму досуга несвоевременной, не отвечающей их потребностям и интересам. Усугубляет ситуацию ещё и меркантильный подход в жизненной философии современных подростков. Фраза: «Мы заплатили, а значит, делаем то, что хотим» нередко является объяснением их неуместного на экскурсии поведения.

При этом даже в работе с заядлыми экскурсантами, желающими всё познать, возникают свои трудности, которые можно определить вопросом «А что нового вы можете мне предложить?»

Таким образом, основываясь на желании привлечь к экскурсии внимание школьной аудитории, более того, искренне увлечь её предлагаемым маршрутом, а также пробудить интерес к историко-культурной составляющей региона у организованных взрослых групп корпорантов и необходимости быть всегда новыми и востребованными у постоянных клиентов, возникает потребность в инновационных формах организации экскурсионного продукта.

Классический вариант экскурсии, дошедший до нас из советского прошлого, представляет пассивный метод общения экскурсовода с экскурсантами. Здесь экскурсия представляет собой в большей степени лекцию, основываясь на одностороннем изложении материала.

Воспринимая из теории экскурсионного дела экскурсию как педагогический процесс, можно провести параллели между внедрёнными в педагогику инновациями и получающими сейчас популярность новшествами в экскурсионной практике.

Особую роль в востребованности экскурсионного продукта играют активные и интерактивные формы разработки и построения маршрута. Именно прямая интеграция экскурсанта в процесс экскурсии посредством общения может послужить залогом его большей заинтересованности в происходящем.

Основываясь на определениях активного и интерактивного методов проведения образовательных занятий, приведённых в Методических рекомендациях для преподавателя, разработанных в Воронежском институте высоких технологий в 2015 г., можно обозначить активный метод проведения экскурсии как форму общения экскурсантов и экскурсовода, при которой они взаимодействуют друг с другом в ходе маршрута, и экскурсанты здесь не пассивные слушатели, а активные участники процесса [2, с. 10]. Интерактивный метод организации экскурсии ориентирован на более широкое взаимодействие аудитории не только с экскурсоводом, но и друг с другом.

Нами был проведён опрос школьников среднего звена образовательных учреждений Железнодорожного района г.о.Самары с целью выяснить отношение детей к различным формам проведения экскурсии. Интерес к пассивной форме участия в экскурсии (т. е. только слушать экскурсовода) выразили 21% респондентов; активно участвовать в экскурсии (т. е. слушать экскурсовода и выполнять его задания) поже-

лали 36% опрошенных; за интерактивную экскурсию (т. е. слушать экскурсовода и соревноваться командами в знаниях, умениях, ловкости) высказались 43% от общего количества школьников. Причём в числе последних оказались дети, заинтересованные как интерактивной, так и активной формой экскурсии (8% опрошенных).

Действительно, практика показывает, что экскурсоводы эмпирическим путём пришли к выводу о необходимости применения диалоговой формы работы с аудиторией, причём не только с детской, но и с взрослой. Это позволяет достаточно длительное время удерживать внимание слушателей на теме экскурсии, активизировать их мышление, экскурсantu – лишний раз самоутвердиться, а значит – получить удовольствие. Здесь особую интригу в активно выстроенную экскурсию с применением метода «вопрос-ответ» привносит наличие т. н. «призового фонда» (мелких поощрительных сувениров, возможно с брендовой символикой туристической фирмы), что помогает не только закрепить ситуацию успеха у экскурсанта, но и создать ненавязчивый рекламный момент для компании.

Постепенно в практику методических секций туристических компаний входит разработка такой формы экскурсионного продукта, как КВЕСТ. Это один из вариантов интерактивной экскурсии, который привлекает к себе внимание уже самой формулировкой, ассоциирующейся с увлекательной компьютерной игрой. Однако подготовка и проведение такого вида экскурсии имеет ряд своего рода сложностей и накладывает особую ответственность на организаторов.

Сущность квест-экскурсии заключается в познании материала через игру (детально продуманную и грамотно срежиссированную). В основе подобной экскурсии лежит сюжет (реальный или вымышленный); определяется цель, к достижению которой можно прийти, выполнив ряд тематических заданий на маршруте. При этом необходимо помнить, что применение инновационных форм не освобождает квест от соблюдения главного требования методики – обеспечения «непрерывности раскрытия темы в ходе экскурсии как процесса усвоения знаний, то есть воздействие экскурсионного материала на экскурсантов в течение всей продолжительности экскурсии (без пауз, остановок и перерывов)» [2, с. 67].

Исходя из вышесказанного, мы сразу сталкиваемся с двумя нюансами в отношении подготовки и проведения квест-экскурсии:

1. Автор-разработчик экскурсии должен:
  - создать интригу в рамках рассматриваемой темы;
  - подобрать объекты, позволяющие максимально раскрыть тему средствами решения поставленных задач, выполнения заданий, преодоления препятствий;
  - продумать последовательность событий, чтобы соблюсти закономерности развития сюжета (не забывая об обязательном наличии кульминации);
  - продумать, подобрать и подготовить необходимый реквизит, костюмы (или их элементы) и музыкальное сопровождение;
  - предугадать возможные организационные трудности.
2. Специалист, реализующий экскурсию на маршруте, должен:
  - обладать профессиональными навыками не только экскурсовода, но и аниматора, организатора культурно-массовых мероприятий;
  - быть готовым лично выполнить практические задания для выхода из возможной непредвиденной ситуации.

Соблюдение и исполнение всех этих позиций позволят сделать экскурсию яркой, эмоциональной и главное – запоминающейся. Ведь «мы запоминаем: 20% услышанного; 40% увиденного; 60% увиденного + услышанного; 80% увиденного + услышанного + сделанного нами самими» [3, с.7].

Основываясь именно на этих принципах, свою творческую деятельность развивает новое, молодое поколение экскурсоводов.

МБУ ДО ЦВР «Парус» г.о.Самара уже 5 лет реализует программы дополнительного образования детей экскурсионно-краеведческой направленности. Как результат многолетнего совместного труда педагогического состава Центра, подростков и молодёжи Железнодорожного района г. о. Самара, а затем – и города в целом является проектная инициатива «Открой свой город» и, в частности, Фестиваль «Новое поколение экскурсоводов».

Практика показала, что творческие группы под руководством действующих экскурсоводов всё чаще склоняются к инновационным форм проведения маршрута. Более того, руководители, имеющие опыт организации культурно-массовых мероприятий и театрализаций, успешно применяют его в экскурсионной практике.

Среди конкурсных работ, заявленных к участию во II Фестивале «Новое поколение экскурсоводов», было представлено три маршрута, созданных в форме «квест».

ЦВР «Поиск» представил Квест-экскурсию по набережной реки Волги «В поисках киносюжета с Катериной Матвеевной» (руководитель Минаева Ирина Геннадьевна). Костюмированное представление, основанное на сюжете и образах героев легендарного художественного фильма, органично включённое в рамки информационного материала, произвело настоящий фурор среди экскурсионной публики. Немаловажную роль в организации экскурсии – квеста сыграл правильный режиссёрский подход к выстраиванию материала. На маршруте было задействовано несколько экскурсоводов: центральная фигура в образе Катерины Матвеевны проходила как связующее звено через весь маршрут; на станциях работали экскурсоводы в образах освобождённых женщин Востока. Красивый финал – яркая кульминация (появление с причала товарища Сухова) стал залогом того, что проведённое мероприятие надолго останется в сердцах экскурсантов. Экскурсия «В поисках киносюжета с Катериной Матвеевной» по праву была удостоена гран-при Фестиваля.

Самарская государственная областная академия Наяновой (руководитель команды Соломина Ирина Юрьевна) презентовала маршрут «Куйбышев – запасная столица Советского Союза». Эта квест-экскурсия стала Лауреатом I степени Фестиваля. С одной стороны – патриотическая направленность экскурсии, а с другой – применение инновационной технологии, правильное распределение информационного потока и грамотно подобранных интеллектуальных заданий позволило маршруту максимально привлечь внимание публики к истории тылового Куйбышева.

ЦВР «Парус» также заслуженно получил звание Лауреата I степени за квест-экскурсию по парку им. Ю. А. Гагарина «Загадки детского парка» (руководитель Круглова Татьяна Сергеевна). Само место проведения экскурсии логично натолкнуло разработчиков на формат экскурсии-приключения. Рассчитанная на детей младшего и среднего школьного возраста, экскурсия на территории детского парка позволила разработчикам включить в сценарий, помимо информационной составляющей и вопросов викторины, элементы подвижных игр и спортивных заданий. Таким образом, были грамотно учтены позиции возрастной психологии – экскурсия ориентирована на ведущую деятельность младших и средних школьников – игровую и познавательную соответственно.

Экскурсия-квест представляет интерес не только для экскурсантов, но и для самих экскурсоводов при её разработке. Все руководители групп – участников Фестиваля отметили особую активность и увлечённость членов команд при работе именно над экскурсией – приключением.

Показателем популярности и эффективности технологии квеста как инновационного способа проведения экскурсии является массовость посещения этих маршрутов – обозначенные экскурсии в ходе работы Фестиваля были в числе лидеров по количеству горожан, изъявивших желание стать экскурсантами, а также итоговая результативность – все квесты стали безоговорочными лидерами в своих возрастных категориях.

Популяризация квест-экскурсии как инновационной формы разработки экскурсионного продукта и, при этом, недостаточный уровень у многих специалистов необходимых умений и навыков диктуют потребность в дальнейшей ретрансляции ЦВР «Парус» имеющегося и обобщенного опыта.

### Ссылки на источники

1. Долженко Г. П. Экскурсионное дело: учебное пособие для бакалавров и магистрантов. – Изд. 4-е, испр., доп. – Ростов н/Д.: Феникс, 2012. – 308 с.
2. Малышева Е. В. Организация активных, интерактивных и традиционных форм проведения занятий в соответствии с ФГОС: методические рекомендации для преподавателя. – URL: [http://vivt.ru/metod/metod\\_rek\\_prepod.pdf](http://vivt.ru/metod/metod_rek_prepod.pdf).
3. Емельянов Б. В. Экскурсоведение: учеб. пособие. – URL: <http://profilib.com/chtenie/21719/boris-emelyanov-ekskursovedenie-uchebnik-8.php>.

**Viktoriya Mayorova,**

*Methodist, MBU TO the centre "the Sail" g. o. Samara, Samara*

[nikgya@mail.ru](mailto:nikgya@mail.ru)

**The new generation chooses quest: the question of the implementation of modern forms of the product tour**

**Abstract.** The article analyzes the popular today forms excursions; disclosed is a question of popularizing adventure excursions as an innovative form of tour product development in relation to the problem of the insufficient level of necessary skills, many professionals – pratica. The author also conducted a parallel between the traditional, active and interactive method for organizing the tour route.

**Key words:** tour, an interactive tour, adventure, excursion, adventure, innovation in the practice of the excursion.

### Рекомендовано к публикации:

*Барабановой Н. А., кандидатом педагогических наук;*

*Горевым П. М., кандидатом педагогических наук,*

*главным редактором журнала «Концепт»*



Поступила в редакцию <i>Received</i>	16.09.16	Получена положительная рецензия <i>Received a positive review</i>	19.09.16
Принята к публикации <i>Accepted for publication</i>	19.09.16	Опубликована <i>Published</i>	23.09.16

[www.e-koncept.ru](http://www.e-koncept.ru)

© Концепт, научно-методический электронный журнал, 2016

© Майорова В. Ю., 2016