

ТЕХНОЛОГИИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ  
ТУРИСТСКО-ЭККУРСИОННЫХ  
ПРОДУКТОВ В СЕГМЕНТЕ  
МОЛОДЁЖНОГО ТУРИЗМА



МИНОБРНАУКИ  
РОССИИ



Программа  
молодежного  
и студенческого  
туризма



РГУТИС



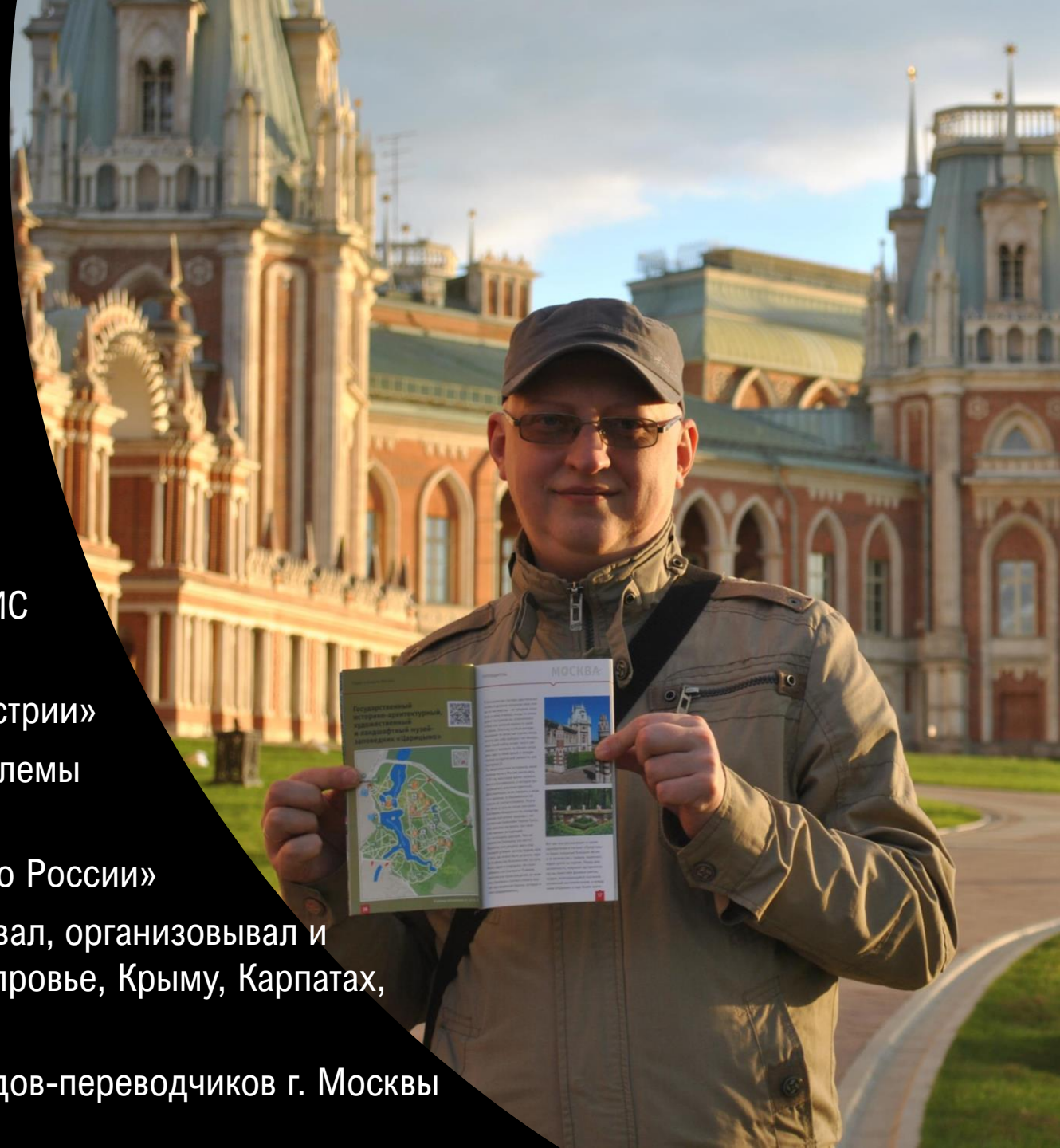
СКДУ

# АФАНАСЬЕВ

## Олег Евгеньевич



- Доктор географических наук, профессор Российского государственного университета туризма и сервиса / РГУТИС
- создатель магистерской образовательной программы «ТУРИЗМ: Экономика впечатлений в экскурсионной индустрии»
- главный редактор научных журналов «Современные проблемы сервиса и туризма», «Сервис в России и за рубежом»
- Директор «Библиотеки туристских карт и путеводителей по России»
- Специалист в сфере экскурсионного туризма - разрабатывал, организовывал и проводил туристско-экскурсионные программы в Приднестровье, Крыму, Карпатах, Подмосковье, в т.ч. с детскими и молодёжными группами
- Член Комиссии по аттестации экскурсоводов (гидов) и гидов-переводчиков г. Москвы

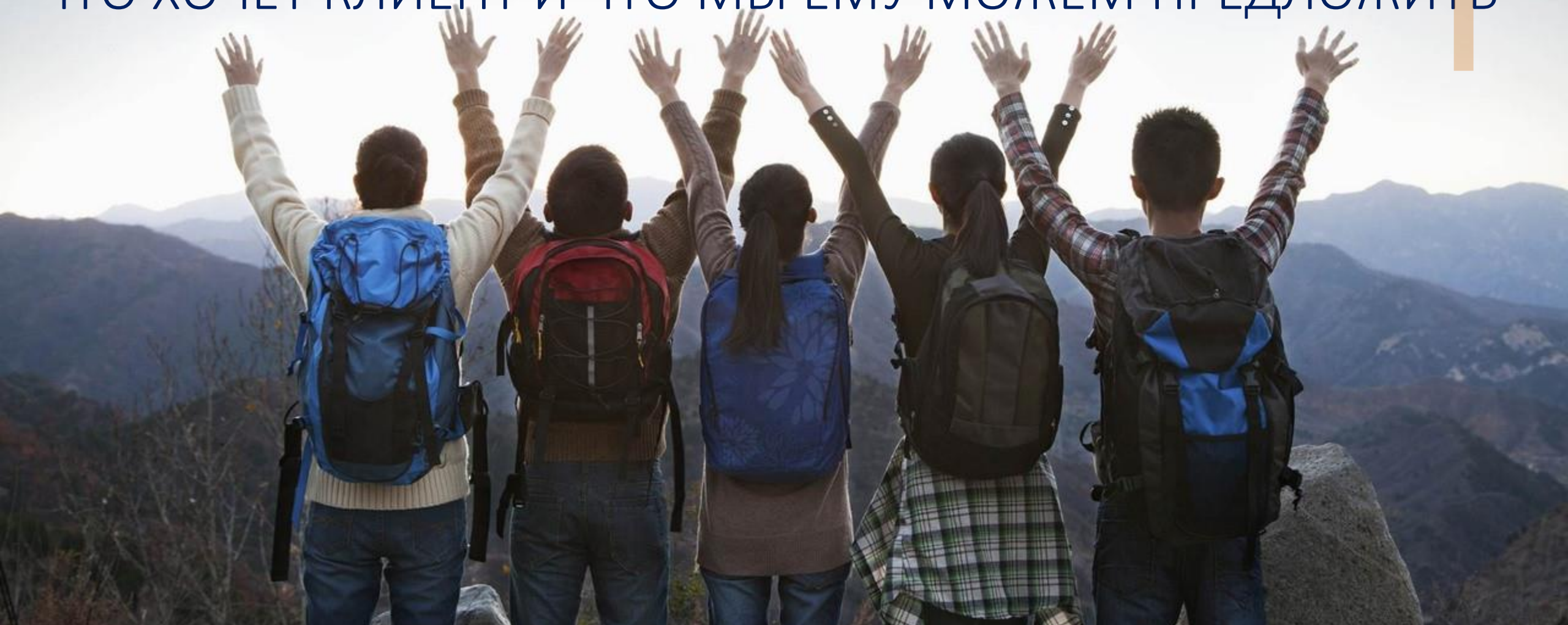




# ТУРИСТСКИЕ ПРОДУКТЫ ДЛЯ МОЛОДЁЖИ:

ЧТО ХОЧЕТ КЛИЕНТ И ЧТО МЫ ЕМУ МОЖЕМ ПРЕДЛОЖИТЬ

1



## ИНТЕРЕС КЛИЕНТА:

получить качественный туристско-экскурсионный продукт, хорошо провести время, развлечься, отдохнуть

VS

## ИНТЕРЕС ТУРКОМПАНИИ:

получить доход от реализации туристско-экскурсионного продукта, минимизируя расходы на его производство и реализацию

## ЗАДАЧА КЛИЕНТА:

удовлетворить собственные рекреационные потребности посредством потребления полезного туристско-экскурсионного продукта

VS

## ЗАДАЧА СОЗДАТЕЛЯ ПРОДУКТА:

включить в структуру продукта только необходимые услуги, достаточные для того, чтобы клиент согласился понести транспортные издержки

## ЖЕЛАЕМЫЙ КЛИЕНТОМ ПРОДУКТ:

максимально персонализированный комплекс рекреационных услуг и возможностей для комфортного и интересного времяпрепровождения

VS

## РЕШЕНИЕ, ПРЕДЛАГАЕМОЕ ТУРКОМПАНИЕЙ:

пакетный продукт как набор стандартизированных услуг из трансфера и размещения, опционально дополняемый объектами посещения, показа, экскурсиями, досуговыми мероприятиями



ВРЕМЕНА,  
когда на экскурсии ходили  
и в туры ездили с целью  
узнать что-то новое,  
ПРОШЛИ...





**ОБЪЕКТИВНЫЙ ОБРАЗ  
СТРАНЫ / РЕГИОНА / МЕСТА**

**В МЕСТЕ ПРЕБЫВАНИЯ**

Собственные  
восприятия

Собственные  
эмоции

Собственные  
ощущения

Собственные  
впечатления

tv  
Информация  
из телеви-  
дения

NEWS  
Информация  
из СМИ

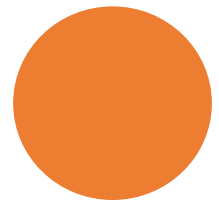
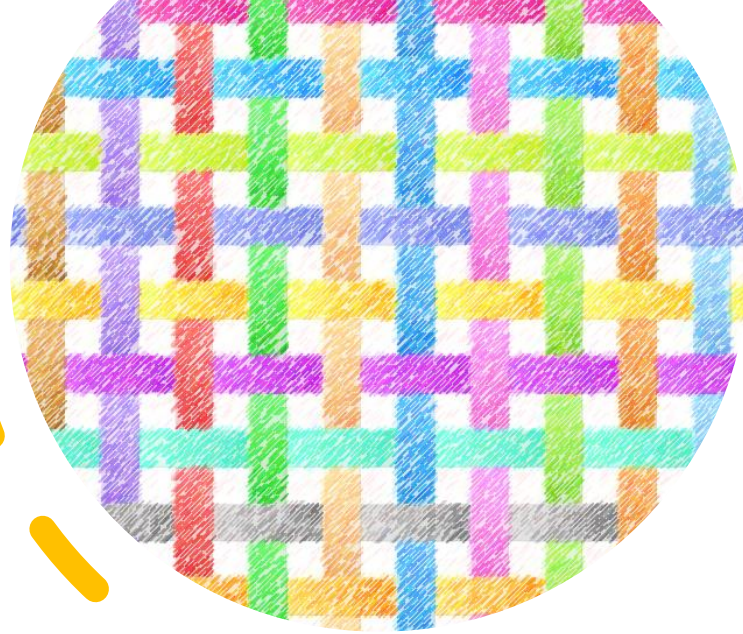
Информация  
из литера-  
туры

e  
Информация  
из сети  
Интернет

Мнение друзей  
и знакомых

**СУБЪЕКТИВНЫЙ ОБРАЗ  
СТРАНЫ / РЕГИОНА / МЕСТА  
В МЕСТЕ ПРОЖИВАНИЯ**

**ЭКОНОМИКА ВПЕЧАТЛЕНИЙ**



ТЕПЕРЬ ТУРИСТ ЖЕЛАЕТ:

**ВПЕЧАТЛЕНИЙ**

&

**ЖИВЫХ ЭМОЦИЙ**

&

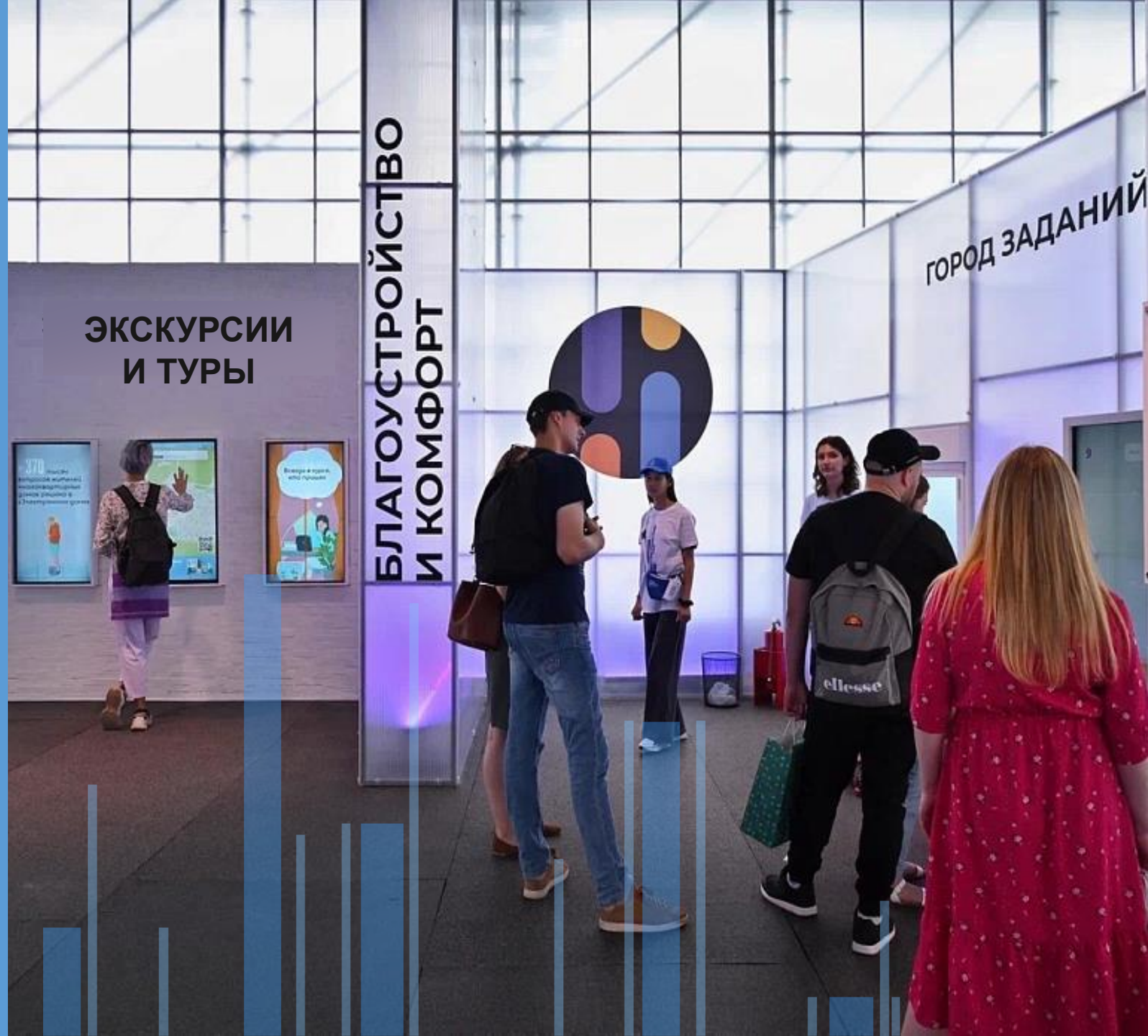
**ПОЗНАНИЯ НОВОГО**



# КРЕАТИВНЫЙ

## туристско- экскурсионный продукт

тип продукта, предлагающий его потребителям и участникам возможность развить их творческий потенциал через активное участие в разных видах получения личного опыта на базе достопримечательностей





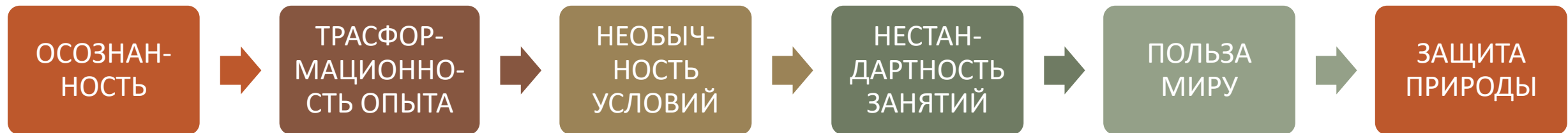
# ТРАНСФОРМИРУЮЩЕЕ ПУТЕШЕСТВИЕ

# ТУРИЗМ АЛЬТЕРНАТИВНЫЙ

ТАКОЙ ТУР ИЛИ ПУТЕШЕСТВИЕ, КОТОРЫЙ ДАЁТ ПРИНЦИПИАЛЬНО  
НОВЫЙ ОПЫТ, МЕНЯЕТ МИРОВОЗЗРЕНИЕ ЧЕЛОВЕКА В ПОЕЗДКЕ,  
ЗАСТАВЛЯЕТ ЕГО ПЕРЕОСМЫСЛИТЬ ЦЕННОСТНЫЕ УСТАНОВКИ И СВОЁ  
МЕСТО В МИРОВОЙ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ И ОБЩЕСТВЕННОЙ СИСТЕМЕ

[ ЮНВТО / UNWTO ]

ПРИНЦИПЫ / ЦЕННОСТИ:



# КЛЮЧЕВЫЕ ПРИНЦИПЫ / ФИЛОСОФИЯ ТРАНСФОРМИРУЮЩИХ ПУТЕШЕСТВИЙ

основа формирования концепций туристических программ с целью развития и образования молодежи

## АУТЕНТИЧНОСТЬ

- настоящее трансформирующее путешествие выходит за рамки поверхностного осмотра достопримечательностей, чтобы сосредоточиться на подлинности и вдохновении через максимальное погружение в этно-социальную или природную среду

## ОСОЗНАННОСТЬ

- важная черта альтернативного туризма, которая заключается в получении удовольствия и туристского впечатления исходя из глубокого эмоционального отклика на погружение в среду дестинации, и понимания того, что бережное посещение и личное участие в этом способствует её устойчивому развитию

## ИММЕРСИВНОСТЬ

- глубокое погружение в природу, культуру или общество при осуществлении туристической поездки

## АКТИВНОСТЬ

- чтобы полностью погрузиться в атмосферу, путешественники принимают активное участие, а не просто наблюдают. Они ищут практический опыт, общаются с людьми, которых видят и встречаются, активно помогают и даже пытаются выучить язык или освоить новые практические навыки

## ПРЕОБРАЗУЮЩИЙ ХАРАКТЕР ПУТЕШЕСТВИЯ

- поскольку опытные путешественники больше интересуются местом, в котором они находятся, они часто получают гораздо более глубокое его понимание и ощущение сочувствия и сопереживания к проблемам общественной и природной среды. Например, они нередко возвращаются из отпуска, где они наблюдали проблемы сохранения вымирающих видов, и начинают работать усерднее (или жертвовать больше), чтобы спасти их. Это изменение мировоззрения трансформирует, превращает отпуск в опыт, изменяющий жизнь

## ФОКУС НА МЕСТНЫЕ СООБЩЕСТВА

- с одной стороны осознанность и иммерсивность экспериментальных путешествий сосредотачивает внимание туриста на местных сообществах, их культуре, социальных проблемах, а с другой – такой формат путешествий формирует рабочие места для местных жителей, ведь не имея туристского образования, человек может стать гидом-проводником, представить своё ремесло и умения, заработать на мастер-классе, и пр.

## УСТОЙЧИВОСТЬ

- экспериментальные и альтернативные виды туризма способствуют (стремятся к этому) устойчивому развитию территории, всех её систем – природной, социокультурной и экономической

# ЭТАПЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С УЧАСТНИКАМИ ТУРИСТСКИХ МОЛОДЁЖНЫХ ПРОГРАММ





# ВАЖНЕЙШИЕ ФОРМАТЫ ТУРИСТСКОЙ РАБОТЫ

*Социальное и экологическое волонтерство*

*Профессиональная ориентация и профадаптация турэкскурспродукта*

*Корпоративные инициативы и ответственность предприятий*

*Профессионализация видов деятельности в программе маршрута*

Наиболее распространённые организационные формы

единоразовое посещение объектов туризма

организация научно-исследовательской и проектной работы на объекте

профильные смены в детских оздоровительных учреждениях и профориентационные лагеря

факультативы и кружки, лекториумы, мастер-классы

событийные мероприятия / ивенты

# 2 БАЗОВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ МАРШРУТОВ МОЛОДЁЖНОГО ТУРИЗМА





# 7

БАЗОВЫХ ТЕМАТИЧЕСКИХ НАПРАВЛЕНИЙ  
ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ МАРШРУТОВ  
МОЛОДЁЖНОГО ТУРИЗМА И  
ПРОЕКТИРОВАНИЯ КОМПЛЕКСНЫХ  
ТУРИСТСКО-ЭКСКУРСИОННЫХ  
ПРОДУКТОВ



ПРОМЫШЛЕННОСТЬ, ТЕХНОЛОГИИ И АГРОТУРИЗМ



КУЛЬТУРА И ИСКУССТВО



СПОРТ И АКТИВНЫЙ ТУРИЗМ



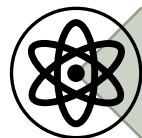
ИСТОРИЯ И ПАТРИОТИЗМ



УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ И ЭКОЛОГИЯ



БИЗНЕС И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО



НАУКА И ИННОВАЦИИ



## **ЗАДАЧИ ТУРИСТСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ:**

- демонстрация производственного процесса
- профессиональная ориентация
- привлечение инвестиций
- реклама и маркетинг для предприятия
- потребительская лояльность к продуктовым брендам

## **КЛЮЧЕВОЙ СТЕЙКХОЛДЕР:**

- предприятие

## **ЗАДАЧИ РАБОТЫ С МОЛОДЁЖЬЮ:**

- приучение молодого поколения к труду и профессиональная ориентация в пользу профессий



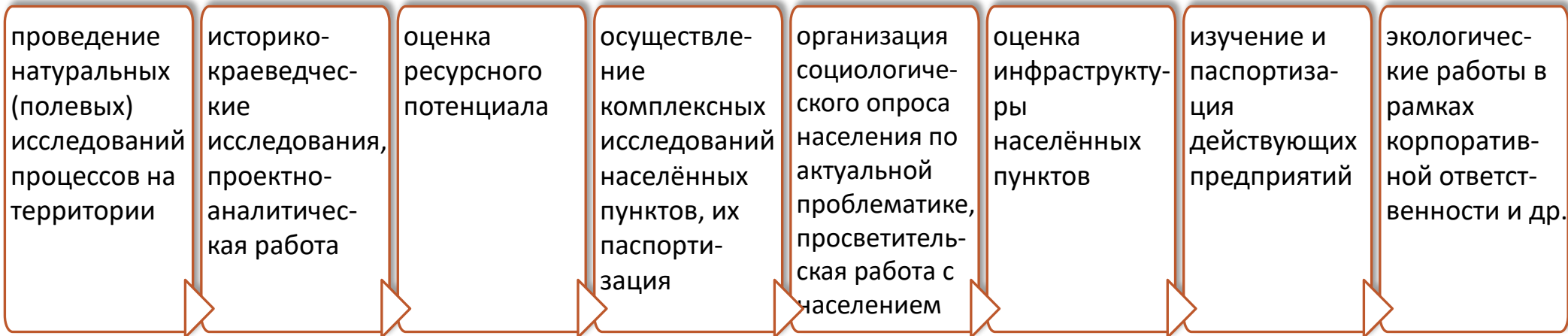
# ПРОМЫШЛЕННОСТЬ, ТЕХНОЛОГИИ И АГРОТУРИЗМ

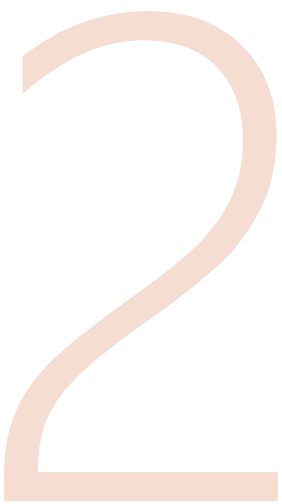


## МОДЕЛЬ ОРГАНИЗАЦИИ

Предприятие обозначает приоритетные для себя виды общественно-полезной работы, а туристская фирма встраивает их в программу обслуживания и формирует для них «упаковку», чтобы турист захотел участвовать в общественно-полезной деятельности

### ТЕХНОЛОГИИ В ПРОГРАММАХ ПОСЕЩЕНИЯ





## ЗАДАЧИ ТУРИСТСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ:

- демонстрация коллекций и работы
- просветительская и образовательная деятельность
- налаживание партнёрских связей (коллабораций)
- реклама и маркетинг
- творческий поиск идей и направлений

## КЛЮЧЕВОЙ СТЕЙКХОЛДЕР:

- учреждения культуры и искусства, прежде всего музеи

## ЗАДАЧИ РАБОТЫ С МОЛОДЁЖЬЮ:

- научить туриста видеть историко-культурный контекст окружающих его вещей, т.е. оценивать их с точки зрения развития культуры
- формировать понимание взаимосвязи исторических эпох и своей причастности к современной культуре, неразрывно связанной с прошлым
- формировать устойчивую потребность и навыки общения, взаимодействия с памятниками культуры, музеем
- формировать и укреплять локальную и национальную территориальную идентичность, понимание окружающего социокультурного контекста
- стимулировать к городским исследованиям и изучению места своего проживания
- научить эстетическому созерцанию, сопереживанию и арт-наслаждению
- формировать толерантность, уважение к культуре, её пониманию и принятию
- восстанавливать утраченные объекты в информационном поле







# КУЛЬТУРА И ИСКУССТВО

made for free at coggle.it

Музеи как точки притяжения, элементы культурных маршрутов, база для активностей на маршруте. Для туристов - возможность погрузиться в историю и археологию, попробовать себя в роли исследователей. Для музея - свободные руки и решение технических задач

Туриндустрия  
Досуговая и развлекательная сфера  
Музеи как квеструмы и место для инноваций

Коммуникация по образовательным и культурным вопросам. Музей как образовательная и профориентационная среда. Музей - как актор креативной экономики. Посетители - участники процесса

Органы власти  
Взаимодействие в проведении событийных мероприятий, для музея - мониторинг посетителей, соцпросы и пр., для общ.организаций - музей как площадка проведения мероприятий, помощь в реквизите и консультации

Объекты сферы культуры

Литература. Музей как креативное пространство и основа для нарратива. Посетитель - создание нарратива (личного, художественного). Издатели, сценаристы и писатели - медиаторы между посетителем и музеем

Киноиндустрия и театр - музей как площадка для съемок, средство реконструкции эпохи, посетители могут выступать "массовкой", для них - это возможность появиться на экране, "прокачать" сценические навыки. Для музея - инфоповод, источник дохода, возможность расширить сферу деятельности и привлечь посетителей

Учебные учреждения СПО и ВО

Практическая подготовка студентов - обучение навыкам комплектования фондов, экспозиционной работы и коммуникации

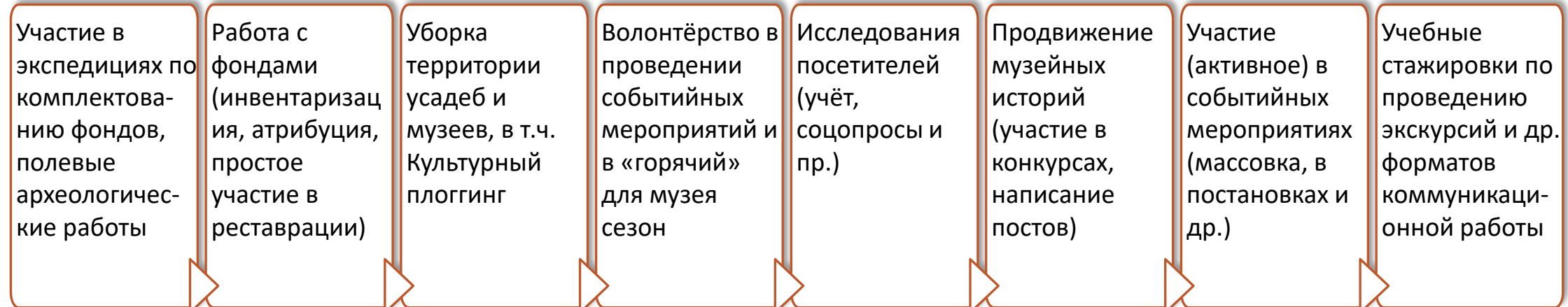
Школы и доп.образование

Музеи - образовательная среда. Стажировки для участников школьных музеев, взаимодействие с ДО

Общественные организации и волонтеры

## МОДЕЛЬ ОРГАНИЗАЦИИ

### ТЕХНОЛОГИИ В ПРОГРАММАХ ПОСЕЩЕНИЯ





Google  
made for free

# ПРИМЕР УЧАСТИЯ ГОРОДСКОГО СООБЩЕСТВА И ТУРИСТОВ В ФОРМИРОВАНИИ ИНКЛЮЗИВНОЙ И ДОСТУПНОЙ МУЗЕЙНОЙ СРЕДЫ



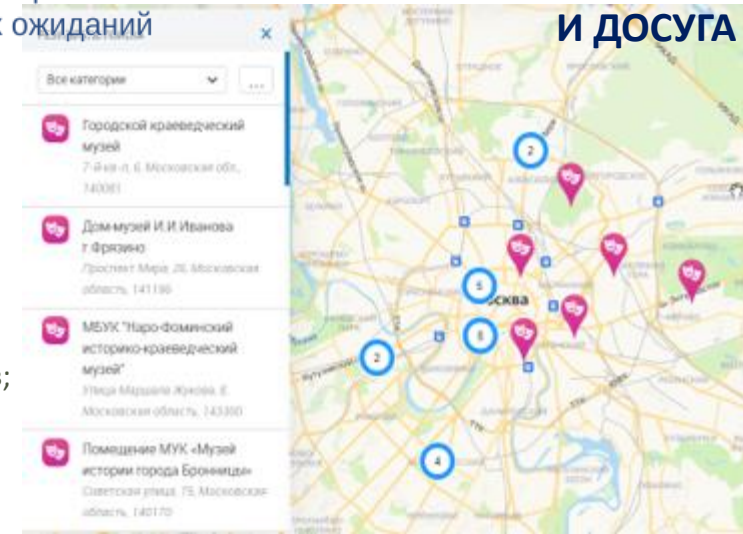
# ПРИМЕР НАРОДНОЙ КАРТЫ ДОСТУПНОСТИ ОБЪЕКТОВ КУЛЬТУРЫ И ДОСУГА

# КУЛЬТУРА И ИСКУССТВО

Участует в разработке и проведении (в том числе сопровождении и помощи в посещении туристами)

## ВИДЫ КРАЕВЕДЧЕСКОЙ ОПР В ШКОЛЬНОМ МУЗЕЕ:

- кружковая и экскурсионная работа в школе;
- издание путеводителей, журналов;
- составление видеофильмов;
- создание музейных экскурс. маршрутов;
- театрализованные экскурсии,
- походы, экспедиции,
- вечера, олимпиады, викторины,
- встречи с участниками и свидетелями исторических событий, фиксация их воспоминаний, фотографирование;
- краеведческие игры,
- конференции, дебаты, лекции,
- поездки по другим музеям и городам;
- работа с архивными документами;
- работа с периодической печатью, сбор статей об интересных людях и событиях школы, города/села;
- переписка с земляками, проживающими за пределами города, села, района, области, родного края;
- поиск и сбор предметов материальной и духовной культуры;
- консультации с работниками библиотек, архивов, музеев;
- создание экспозиций, разделов музея, оформление интерьера музея школы;
- проведение экскурсионной работы в музее



## **ЗАДАЧИ ТУРИСТСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ:**

- спортивное совершенствование человека в преодолении естественных препятствий, применении различной тактики и техники преодоления препятствий

## **КЛЮЧЕВОЙ СТЕЙКХОЛДЕР:**

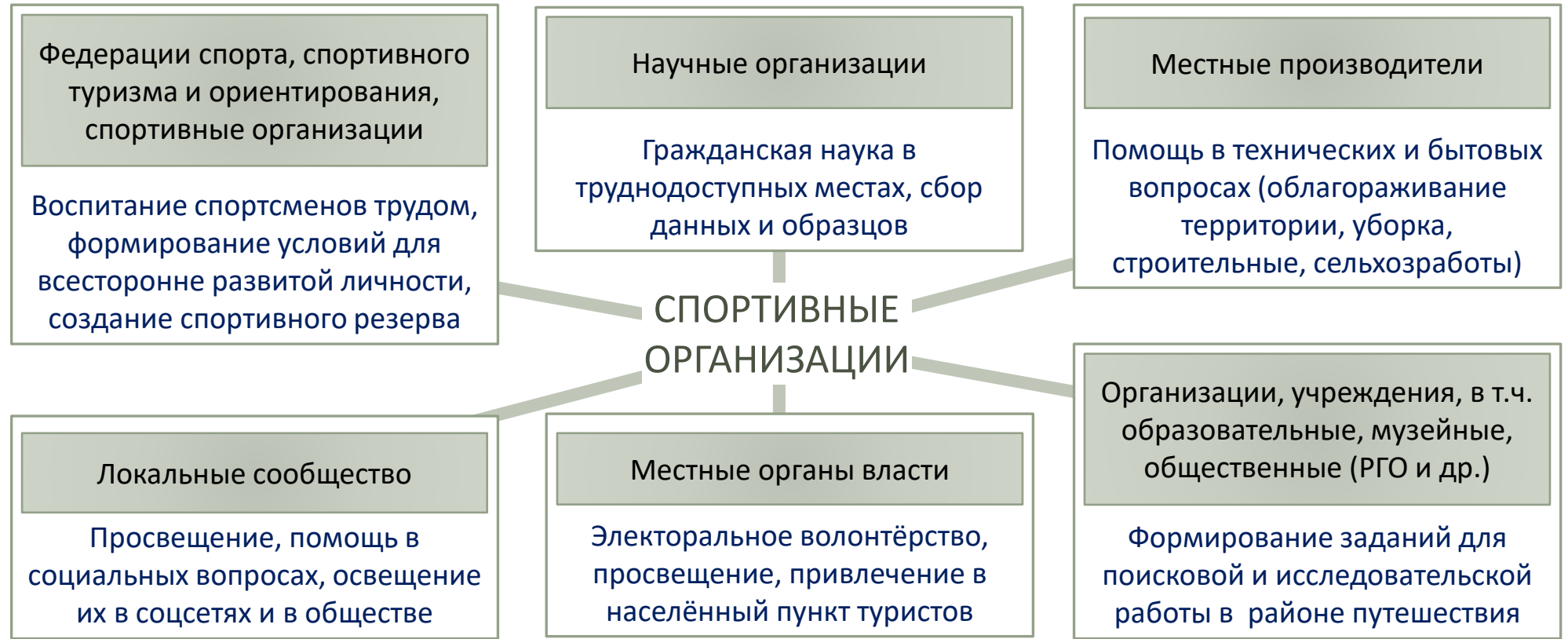
- Спортивные, спортивно-туристские организации

## **ЗАДАЧИ РАБОТЫ С МОЛОДЁЖЬЮ:**

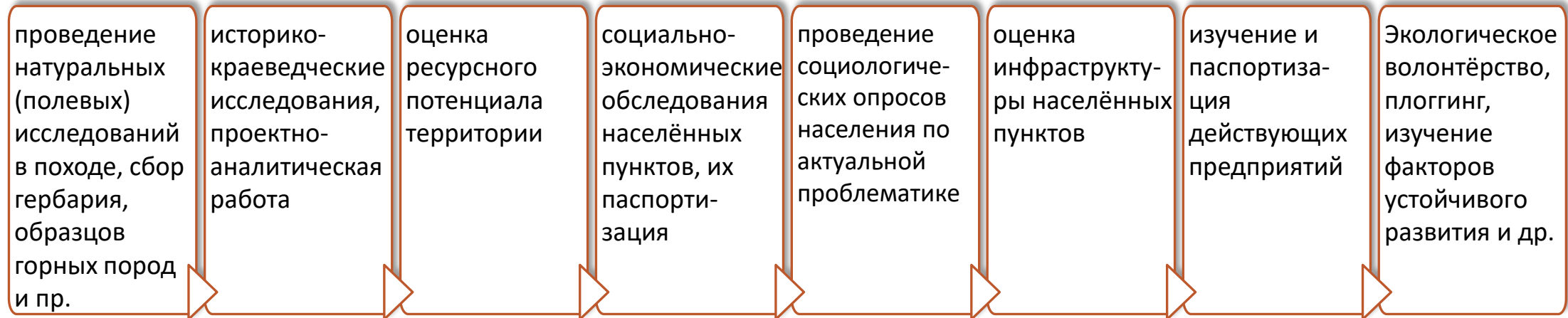
- приучение молодого поколения к спорту, здоровому образу жизни, интересу с пользой для саморазвития проводить свободное время, способствовать воспитанию и формированию навыков социализации, коллективизации и взаимовыручки в молодёжных сообществах







**ТЕХНОЛОГИИ В ПРОГРАММАХ ПОСЕЩЕНИЯ**





## ЗАДАЧИ ТУРИСТСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ:

- патриотическое воспитание, формирование ответственного гражданина, наследование опыта предыдущих поколений, формирование чувства гордости за страну и достижения народа

## КЛЮЧЕВОЙ СТЕЙКХОЛДЕР:

- гражданское общество, региональные сообщества

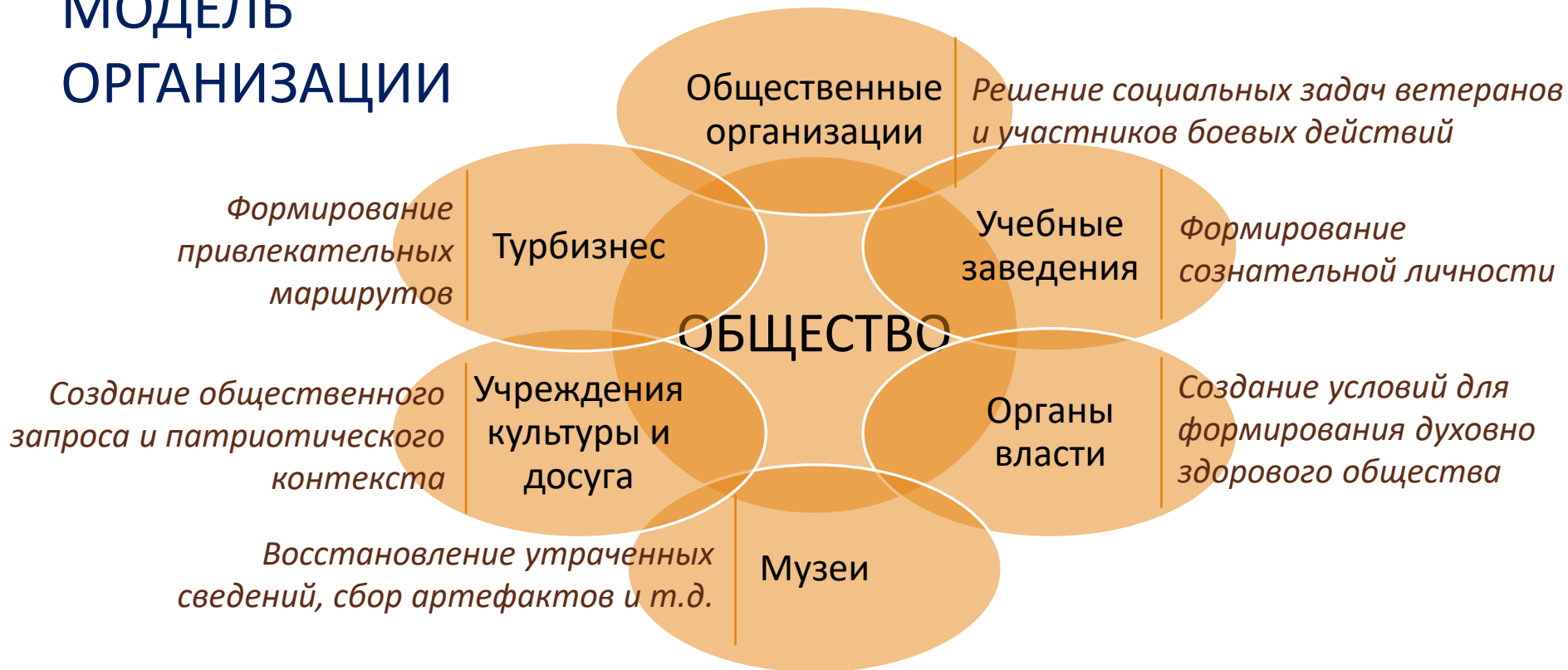
## ЗАДАЧИ РАБОТЫ С МОЛОДЁЖЬЮ:

- приобщение молодого поколения к истории Отечества, воспитание патриотизма и гордости за свою страну, научить пониманию исторических событий и их контекстов, формирование навыков гражданственности, ответственности и бережному отношению к общественным ценностям

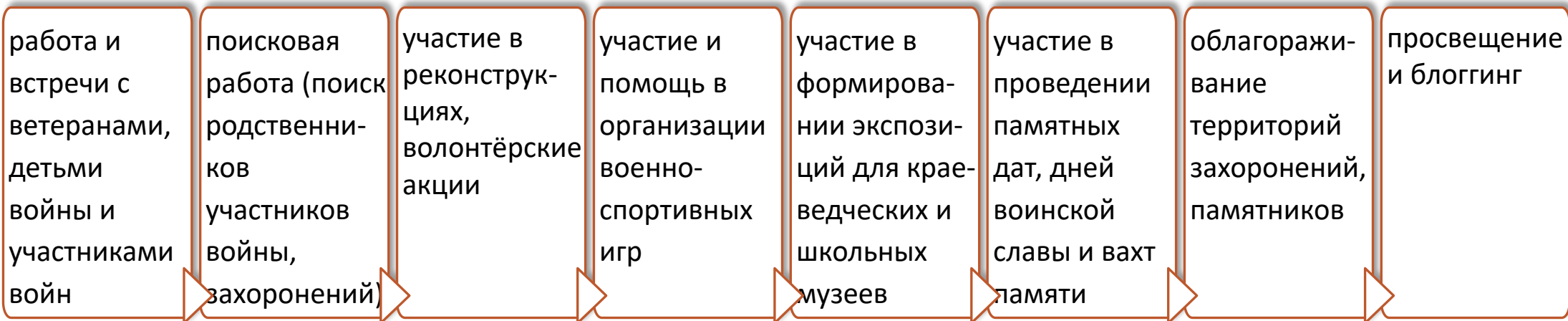


# 4

## МОДЕЛЬ ОРГАНИЗАЦИИ



## ТЕХНОЛОГИИ В ПРОГРАММАХ ПОСЕЩЕНИЯ



# ИСТОРИЯ И ПАТРИОТИЗМ

## **ЗАДАЧИ ТУРИСТСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ:**

- реализация комплекса мер по созданию эффективного сбалансированного механизма управления туризмом и перевод отрасли на принципы устойчивости, включая экономические, экологические и социальные аспекты

## **КЛЮЧЕВОЙ СТЕЙКХОЛДЕР:**

- окружающая среда, общество, участники отрасли

## **ЗАДАЧИ РАБОТЫ С МОЛОДЁЖЬЮ:**

- формирование принципов экологического мышления и навыков экологического поведения, приобщение к здоровому образу жизни, восприятию природы и окружающей среды как ценности и общественного достояния





# ЭКОЛОГИЯ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ



## МОДЕЛЬ ОРГАНИЗАЦИИ

**ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ** - деятельность по организации путешествий, включающая все формы природного туризма, при которых основной мотивацией туристов является наблюдение и приобщение к природе при стремлении к её сохранению

[ГОСТ Р 56642-2015 Туристские услуги. Экологический туризм. Общие требования]

### ТЕХНОЛОГИИ В ПРОГРАММАХ ПОСЕЩЕНИЯ

плоггинг, сбор мусора, уборка территорий, работа по сохранению и восстановлению экосистем и пр.

обустройство туристской инфраструктуры на природных территориях

продвижение - участие в акциях, просвещение, работа в ТИЦ ООПТ

гражданская наука и наблюдения (бёрдвотчинг), организация и проведение экскурсий, помощь экскурсоводу

организация и помощь в эколагерях и летних школах

развитие и разработка новых маршрутов, выявление панорамных и фототочек

популяризация внутреннего туризма, досуга на природе (для местных жителей)

работа над доступностью туринфраструктуры – физической, социальной, финансовой



## ЗАДАЧИ ТУРИСТСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ:

- формирование базовых компетенций в сфере предпринимательской грамотности - навыков экономической деятельности, позволяющих молодому человеку сознательно и целенаправленно участвовать в общественных процессах производства, обмена и потребления материальных благ

## КЛЮЧЕВОЙ СТЕЙКХОЛДЕР:

- активная молодёжь любой возрастной категории, профессиональное отраслевое сообщество

## ЗАДАЧИ РАБОТЫ С МОЛОДЁЖЬЮ:

- приучение молодого поколения к понятиям предпринимательства, стартаперства, технологий бизнес-планирования, управления, стратегирования и конкурентного анализа, пониманию бизнес-процессов и собственных возможностей для самореализации в них



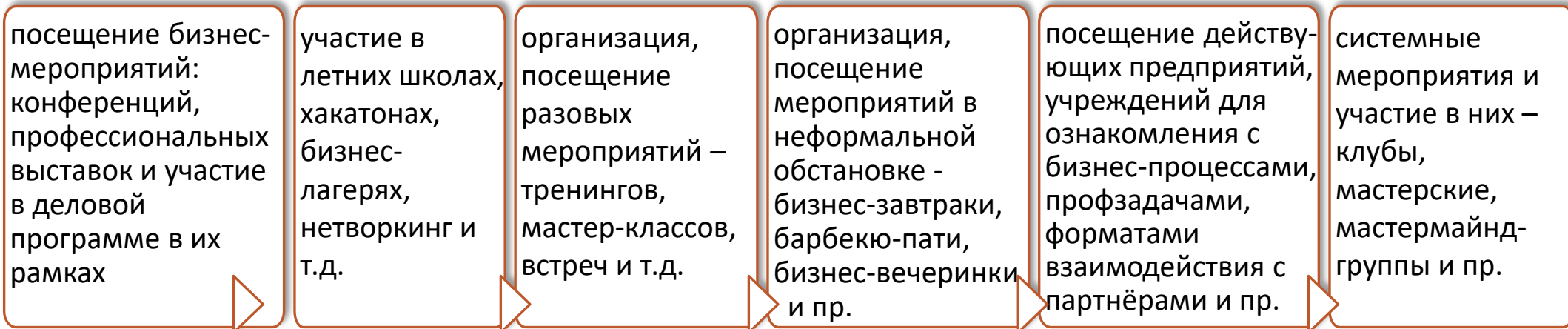
# МОДЕЛЬ ОРГАНИЗАЦИИ



## ФОРМАТЫ МЕРОПРИЯТИЙ:

- Акселерационная программа (бизнес-акселератор, инновационный акселератор / инкубатор и т.п.);
- Тренинги и мастер-классы;
- Неформальные мероприятия;
- Бизнес-игры;
- Экскурсии на предприятия;
- Профессиональные пробы;
- Конференции;
- Презентации и запуски прокси-проектов, модельных проектов;
- Демонстрационные экзамены и защита выпускных работ бизнес-школ;
- Школа юного предпринимателя

## ТЕХНОЛОГИИ В ПРОГРАММАХ ПОСЕЩЕНИЯ



## ЗАДАЧИ ТУРИСТСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ:

- привлечение талантливой молодёжи в научную сферу, вовлечение исследователей и разработчиков в решение важнейших задач развития общества и страны, повышение доступности информации о достижениях и перспективах отечественной науки для граждан России

## КЛЮЧЕВОЙ СТЕЙКХОЛДЕР:

- молодёжь любой возрастной категории, научные и образовательные учреждения

## ЗАДАЧИ РАБОТЫ С МОЛОДЁЖЬЮ:

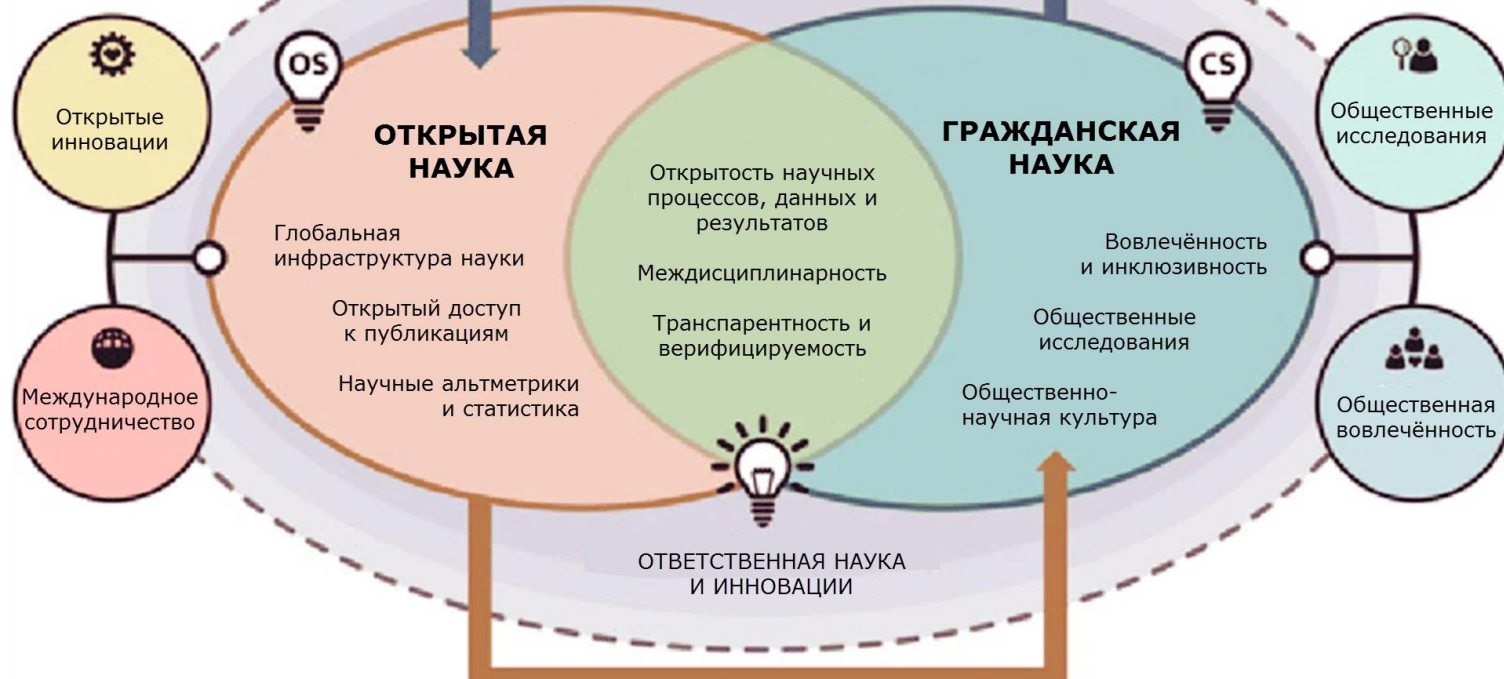
- приобщение молодого поколения к науке, формирование представления о науке и инновациях, роли и вкладе своей страны в мировой прогресс, вовлечение в систему научно-исследовательских конкурсов, профориентация





## МОДЕЛЬ

## ОРГАНИЗАЦИИ



## ФОРМАТЫ МЕРОПРИЯТИЙ:

- Акселерационная программа (игровая лаборатория, science-инкубатор и т.п.);
- Тренинги и мастер-классы;
- Неформальные мероприятия;
- Экспериментариумы;
- Экскурсии в научные учреждения;
- Профессиональные пробы;
- Конференции;
- Презентации и запуски модельных научных проектов;
- Демонстрационные эксперименты и защита проектных научных работ;
- Школа юного учёного

## ТЕХНОЛОГИИ В ПРОГРАММАХ ПОСЕЩЕНИЯ

активные наблюдения на маршрутах, опыты, эксперименты, опросы, дискуссии и дебаты

летние школьные площадки, оздоровительные научные лагеря, тематические научные смены

выставки, презентации, научные шоу, шоу-румы идей, хакатоны, круглые столы, мастер-классы

тематические научные кинопоказы, научные мастерские, квесты, конференции, дни открытых дверей науки

олимпиады, тематические научные квизы, конкурсы, викторины, телемосты, лекции, «урок в музее»

научное волонтерство

# ТЕХНОЛОГИИ И ПРИЁМЫ В ТУРИСТСКИХ МАРШРУТАХ МОЛОДЁЖНОГО ТУРИЗМА

3



# Тур / экскурсия для молодёжи

Как обычный тур или экскурсию превратить в интересное действие, по-настоящему познавательное и захватывающее?





ПО-ПРЕЖНЕМУ ОСНОВНЫЕ ВПЕЧАТЛЕНИЯ  
ТУРИСТУ ДАЮТ ЭКСКУРСИИ

НО... НЕ ПРОСТЫЕ, А ...



# МАТРИЦА ТЕХНОЛОГИЙ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ



*И желательно все это...  
ОДНОВРЕМЕННО*

# Экспериментируйте с форматами и объектами

Важно не забывать, что **экскурсия** — **это история**, а любая история может быть рассказана в десятке разных форматов.

Не привязывайтесь к жанру прогулки от объекта к объекту — вы можете пробовать добавлять театральные элементы, проводить экскурсантов через экстремальный опыт или превратить экскурсию в квест, предложив группе решать загадки и логические задания или инновационный формат самой экскурсии

костюмированные и театрализованные экскурсии

экскурсии с дополнительным «чувственным» сопровождением

реконструкции с экскурсионным сопровождением

событийные экскурсионные программы (ивент-экскурсии), в том числе экскурсионные квизы, флешмобы и челленджи

экскурсии с «полезной» составляющей

экскурсии с VR и дополненной реальностью

экскурсии с использованием интернет-технологий и цифровых сервисов совместной работы (QR, online, стриминговые экскурсии и пр.)

экскурсии-пробежки и с другим активным передвижением

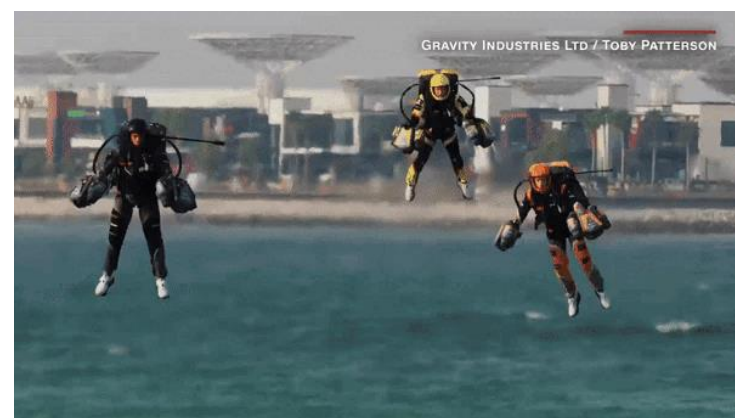
квест-экскурсии (совокупность классической экскурсии и игровых элементов, реализуемых в интерактивной форме)

сторителлинг-экскурсии

## РАСПРОСТРАНЕННЫЕ ФОРМАТЫ ИННОВАЦИОННЫХ ЭКСКУРСИОННЫХ ПРОДУКТОВ



# Форма(т) передвижения экскурсантов: может ли быть иной?



...?

Геймификация

Иммерсивность

Массовая  
персонализация

Театрализация

Фокус на ощущения

Реконструкции

Динамическая среда

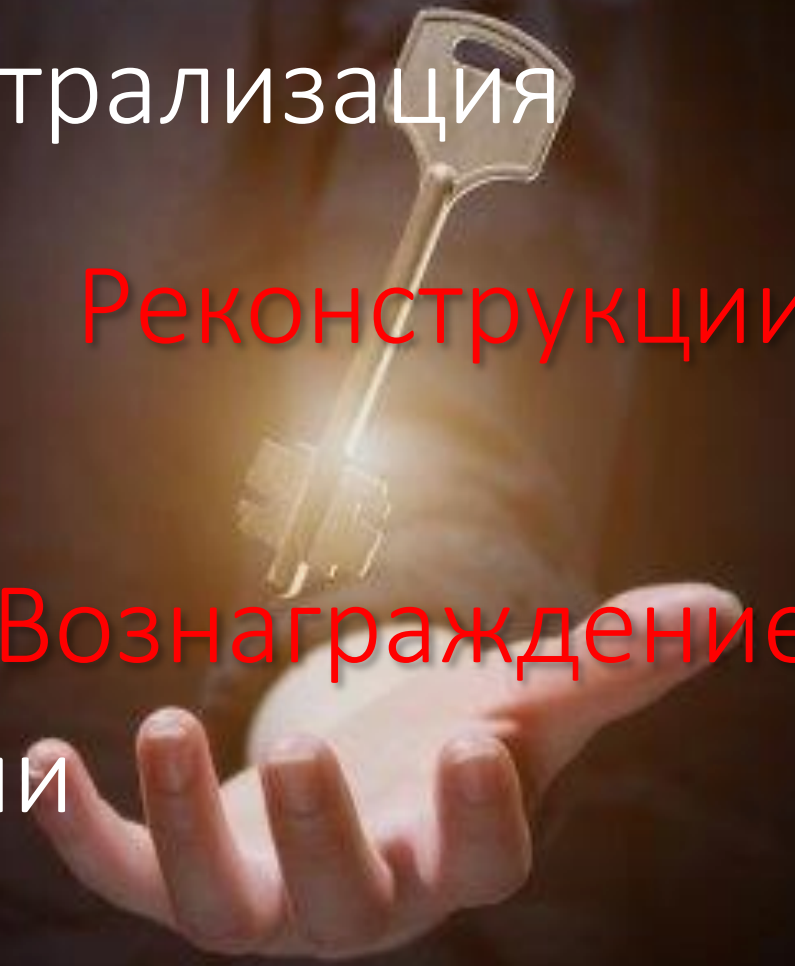
Вознаграждение

Особые приёмы  
формирования  
контента  
интересных и  
востребованных  
туристско-экскурсионных  
продуктов

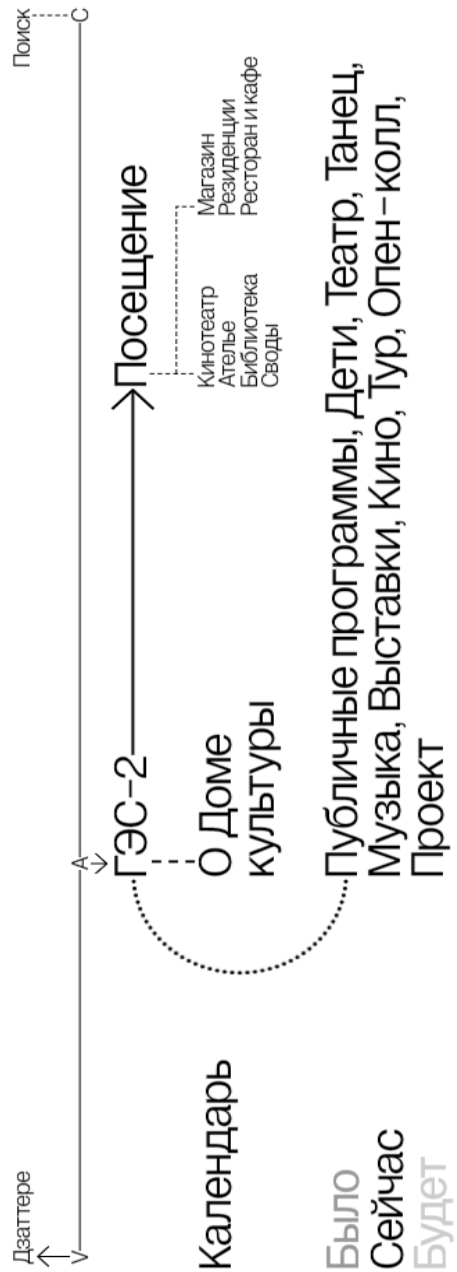
Аудоспектакли

Сторителлинг

Экстремальный опыт







## Дом культуры «ГЭС-2»

### Тип 7

- Беседа
- Веб-сериал
- Воркшоп
- Воркшоп для детей
- Встреча
- Выставка
- Занятие для школьных групп
- Игра
- Игра на РЖЯ
- Игровые карточки
- Инсталляция
- Киноальманах
- Кинопоказ
- Кинопоказ и обсуждение
- Кинопрограмма
- Книга
- Комната сенсорных впечатлений
- Концерт
- Концерты
- Кружок
- Лаборатория
- Лаборатория для детей
- Лекция
- Мастер-класс
- Мастер-класс в «Сводах»
- Мастер-класс на РЖЯ
- Мастерская

V  
A

- Медиаторский тур
- Музыкальная инсталляция
- Мультимедиаопера
- Опен-колл
- Перформанс
- Перформанс и мастер-класс
- Перформативная игра
- Показ мод
- Праздник
- Практическое занятие
- Презентация
- Презентация книги
- Программа
- Программа для детей
- Проект
- Публичная программа
- Рейв
- Ридинг-группа
- Свop
- Серия воркшопов
- Современный балет
- Спектакль
- Спортивная программа
- Стендап
- Танцевальный перформанс
- Творческий лагерь**
- Тур
- Фестиваль

V  
A

Творческий лагерь,  
10–15 апр 2023

Собиратели.  
Лагерь для глухих  
и слабослышащих  
школьников

Творческий лагерь,  
3–7 янв 2022

Зимний лагерь в «ГЭС-2»



ГЭС-2  
V—A—C



# ИММЕРСИВНОСТЬ

вовлечение и (со)участие

**РОЛЕВЫЕ ДЕЙСТВИЯ** – сценарий позволяет примерить на себя различные роли и предусматривает разные виды коммуникации между участниками, актёрами и экскурсоводом

**ИНТЕРАКТИВНОСТЬ** – экскурсант выступает активным участником действия

**ИНДИВИДУАЛИЗАЦИЯ** – ситуации подбираются под интересы и возможности конкретных людей

**ДОСТИЖЕНИЕ ОПРЕДЕЛЁННОЙ ЦЕЛИ** и системность заданий по её достижению

**ПОГРУЖЕНИЕ** в иную культурную и природную среду, отличную от привычной

**МНОГОВАРИАНТНОСТЬ ВЫБОРА**, при котором каждый может найти себе занятие, не выходя из контекста сценария



**ИММЕРСИВНОСТЬ** – это система приёмов, которая призвана погрузить экскурсанта в реальность, воссоздаваемую экскурсионной темой

Иммерсивность понимается как погружение в тему, возможность почувствовать присутствие в описываемой ситуации или событиях. Эффект присутствия достигается с помощью создания у экскурсанта комплекса ощущений и переживаний

# Что делает экскурсию или мероприятие иммерсивным?

сторителлинг и приёмы  
экскурсионного рассказа

саунд-дизайн  
(добавление особого  
звукового ряда)

воссоздание обстановки  
или ситуации средствами  
экскурсионной среды

театрализация с  
задействованием актёров,  
которые своей актёрской  
игрой воссоздают  
персонажей и ситуации

технологии дополненной,  
виртуальной и смешанной  
реальности

реконструкции и игровая  
активность, в которую  
вовлекаются сами  
экскурсанты

Воздействие на органы  
чувств или ограничение  
одного из них  
(приёмы 5 чувств или  
«фокус на ощущения»)

Стимуляция  
эмоциональной сферы  
(ожидание удовольствия,  
вознаграждение,  
экстремальный опыт и пр.)

Массовая персонализация  
(особое внимание к  
личности экскурсанта)





МИНИСТЕРСТВО ИСКУССТВА  
И КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ  
УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ



ПРИ ПОДДЕРЖКЕ  
ФОНДА  
ПРЕЗИДЕНТСКИХ  
ГРАНТОВ

Министерство искусства и культурной политики Ульяновской области  
ОГБУК «Ульяновский областной краеведческий музей имени И. А. Гончарова»

## Проект

# «Verbatim: Лица тылового города»

Иммерсивная экскурсия по выставке  
«Война. Победа. Память»



С 1 сентября 2022 г.  
по 1 марта 2023 г.

Адрес: Бульвар Новый Венец 3/4 Часы работы: с 10.00 до 18.00. Касса до 17.30.  
Второй и четвёртый четверг месяца: с 12.00 до 20.00. Касса до 19.30.  
Понедельник - выходной. Справки по телефону: 27-87-60, 44-30-53.

6+

# Иммерсивность

(с вовлечением и соучастием)



ЭКСКУРСИЯ  
С ЭФФЕКТОМ  
ПОГРУЖЕНИЯ

18.00-21.00

ОКТАБРЯ

Н.В. Гоголь

ПУШКИНСКАЯ КАРТА

ИММЕРСИВНАЯ ЭКСКУРСИЯ

ГОГОЛЯ

12+

ВАС ЖДУТ:  
ТЕАТРАЛЬНО-ИНТЕРАКТИВНЫЕ ПЛОЩАДКИ С ГЕРОЯМИ ПРОИЗВЕДЕН'  
И ТАНЦЕВАЛЬНАЯ ПРОГРАММА ОТ ЛУЧШИХ DJ НАШЕГО ГОРОД'

БИЛЕТЫ В КАССЕ И НА САЙТЕ ДВОРЦА ИСКУС'

[vk.com/dibratsk](https://vk.com/dibratsk)



**Иммерсивность**  
(с погружением и чувственным опытом)

# ПОЛНОЕ ПОГРУЖЕНИЕ

Технология, при которой  
экскурсанты могут  
почувствовать себя в самой  
гуще событий и примерить на  
себя образы разных  
исторических эпох

Занятия по истории  
фольклора,  
искусства, военного  
ремесла

Настоящие  
предметы быта,  
оружие и костюмы

BONNIE  
& SLIDE  
LIVE EXPERIENCE



# СТОРИТЕЛЛИНГ

## неисторическая история

- В чём заключается главный «секрет» воздействия и привлекательности сторителлинга для людей? **В его увлекательно-повествовательном характере:** любая история – это своеобразное сюжетное произведение литературного жанра, как правило, небольшое по объёму.
- Почему использование историй в туризме столь важно? Потому что **историю запомнят, а сухие цифры и факты – нет.**

\* История должна быть «прилипчивой», т.е. хорошо запоминающейся, репродуцируемой в последующем слушателем, живучей

Для достижения цели любая история должна содержать **4** обязательных последовательных элемента:

**СЮЖЕТ** (рабочая ситуация, в которую слушатель может попасть, или ситуация, характеризующая пространство/объекты с определённой стороны)

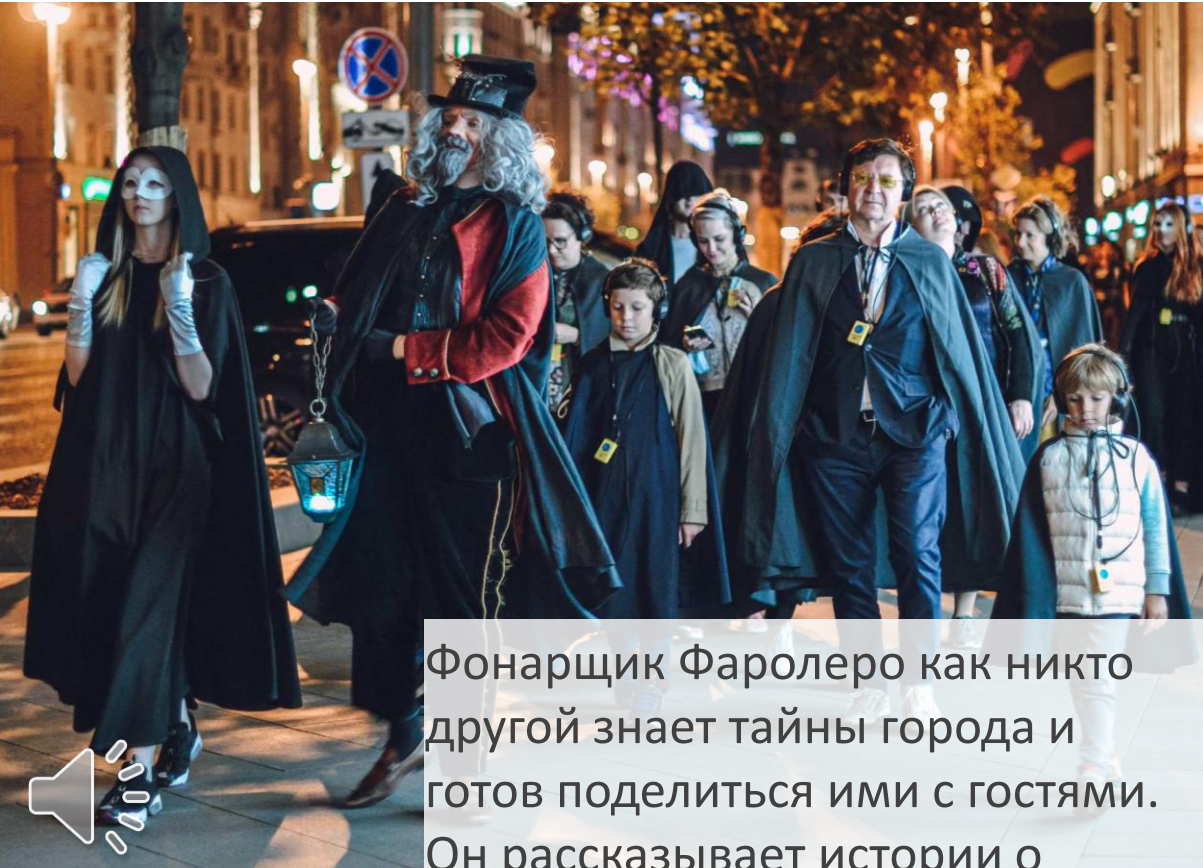
**ГЕРОИ** (персонажи, с которыми слушатель может ассоциировать себя, либо вызывающие у него определённые эмоции, отношение/связь к окружающему пространству, сложившейся ситуации и мотивирующие своим примером)

**КОНФЛИКТ** (нарушение равновесия, проблема, требующая решения, борьба персонажей)

**ПОСЛАНИЕ** (мораль, вывод, который может сделать слушатель, выслушав историю; требует чёткой, ясной и однозначной формулировки).

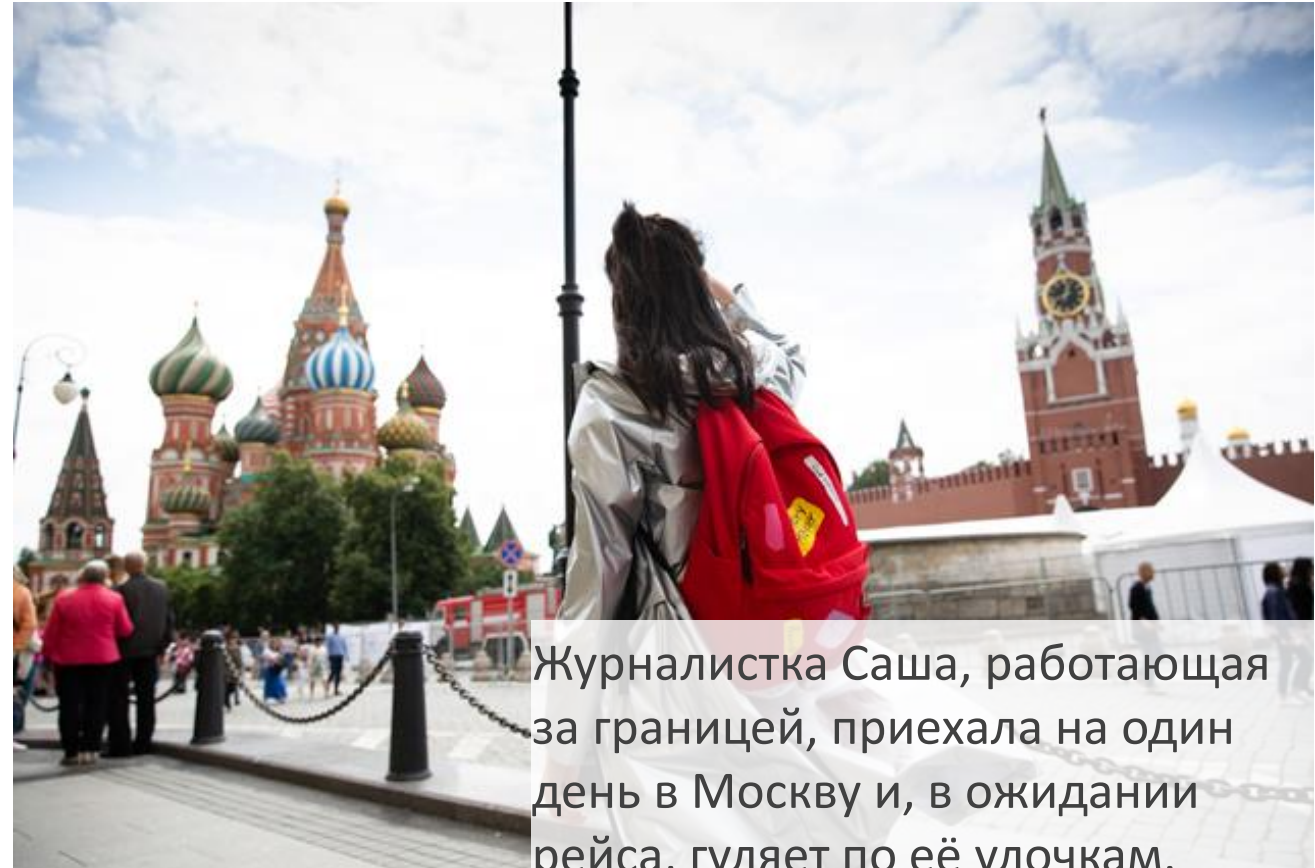


# СТОРИТЕЛЛИНГОВЫЕ ЭКСКУРСИИ



Фонарщик Фаролеро как никто другой знает тайны города и готов поделиться ими с гостями. Он рассказывает истории о людях, живших в местах, по которым проходит прогулка, смешные и трагические, и вместе с ними экскурсанты готовы поверить в маленькое чудо и изменить свою жизнь

**Farolero**  
Night Magic City Tour



Журналистка Саша, работающая за границей, приехала на один день в Москву и, в ожидании рейса, гуляет по её улочкам. Погрузившись в свои мысли, она вспоминает своё детство здесь, тесно связанное с историей и повседневностью города. А экскурсанты следуют за ней, прислушиваясь и к Саше, и к себе

**IN. VISIBLE  
MOSCOW**



# Как применять сторителлинг в экскурсии?

Концепция  
экскурсии

Вся тема экскурсии – это одна история, главным героем которой может быть исторический или легендарный персонаж

Рассказ от первого лица  
(персонаж ведет повествование о своей истории)

Рассказ от персонаже

Комплекс  
отдельных  
сюжетов

Тема экскурсии раскрывается через набор историй о разных персонажах

Персонажи включаются в экскурсию и рассказывают свои истории

О персонажах рассказывает рассказчик

Отдельные  
сюжеты

Истории применяются для активизации внимания или других задач

Сочетание рассказа экскурсовода и персонажей

# The Periodic Table of Storytelling

# Периодическая таблица сторителлинга - инструмент создания историй

<https://jamesharris.design/periodic/>



<b>C</b> Conflict .04	Setting, laws, plots																		
<b>3as</b> Three Act Structure .03	<b>Ae</b> An Aesop 2.0	Story modifiers				Plot devices													
<b>Re</b> The Reveal 2.5	<b>Srs</b> Serious Business 2.7	<b>Anv</b> Anvilicious 2.8	<b>Phl</b> Applied Phlebotinum 2.3																
<b>Cmx</b> The Climax .03	<b>Msq</b> The Masquerade 1.1	<b>Bti</b> Beyond The Impossible 5.1	<b>Tb</b> Techno Babble .75																
<b>Den</b> The Dénouement .05	<b>Rcy</b> Recycled IN SPACE 1.7	<b>Cl2</b> Crosses the Line Twice 1.5	<b>Wav</b> Wand Wave 2.4																
<b>End</b> The End .06	<b>X</b> X Meets Y 1.2	<b>Ria</b> Refuge in Audacity 2.1	<b>Dx</b> Deus Ex Machina 1.6																
<b>Chk</b> Chekhov's Gun 2.4	<b>Aa</b> Magic A Is Magic A 5.3	<b>Dae</b> Darker And Edgier 3.5	<b>Ass</b> Ass Pull 1.1																
<p><b>"Call to Adventure" primary subtypes:</b>                  Adventure Rebuff                  Burning Building Rescue                  The Call Has Bad Reception                  The Call Knows Where You Live                  The Call Left A Message                  The Call Put Me On Hold                  Call Reception Area                  Desperately Looking For A Purpose In Life                  Forgot The Call                  Got The Call On Speed Dial                  I'm Dying, Please Take My MacGuffin                  Ignorant Of The Call                  Jumped At The Call                  Missed The Call                  Red Pill Blue Pill                  Refusal Of The Call                  Refused By The Call                  Regular Caller                  Resigned To The Call                  Screening The Call                  Take Up My Sword                  Two Roads Before You</p>																			
<p>Chart by ComputerSherpa                  Special thanks to Elle, Micah, and the rest of the Troppers for inspiration                  Thanks to Madrugada, Jack Alsworth, ~fourwillows, and KirksOtherSon for corrections                  Permalink for this chart: <a href="http://goo.gl/yvSM4">goo.gl/yvSM4</a></p>																			
<p>Identifier                  Trope name                  Popularity in kilowicks (thousands of links to its page within the wiki)</p>																			
<p>Character Modifiers</p> <p>Heroes</p> <p>Protagonist</p> <p>Antagonist</p> <p>Archetypes</p> <p>Villains</p> <p>Production</p> <p>Fandom &amp; Audience Reactions</p>																			
<b>Mcg</b> MacGuffin 2.7	<b>Ivc</b> Sliding Scale of Idealism vs. Cynicism 1.4	<b>Scw</b> Mind Screw 3.8	<b>Iac</b> Sealed Evil In A Can 2.1	<b>H</b> The Hero 4.9	<b>Kni</b> Knight in Shining Armor 1.1	<b>Bbw</b> Badass Bookworm 1.7	<b>Ib</b> Idiot Ball 1.9	<b>Wb</b> Woobie 5.5	<b>Mad</b> Mad Scientist 4.0	<b>Wes</b> The Wesley .90	<b>Scl</b> Star-Crossed Lovers .77	<b>Bad</b> Big Bad 1.3	<b>Etw</b> Evil Twin 1.6	<b>Rch</b> Archenemy 1.1	<b>Emp</b> The Emptie 1.9	<b>Jt</b> Justified Trope 4.2	<b>Rur</b> Reality Is Unrealistic .74	<b>Res</b> Did Not Do The Research 3.9	<b>Et</b> Epileptic Trees 1.9
<b>Bks</b> Backstory 1.5	<b>Sq</b> Status Quo Is God 1.2	<b>Aws</b> What Do You Mean, It's Not Awesome? 2.1	<b>Aod</b> Artifact of Doom 2.1	<b>Ah</b> Anti Hero 3.2	<b>Neo</b> The Chosen One 1.7	<b>Tp</b> Technical Pacifist .74	<b>Fln</b> Flanderization 1.6	<b>Ccl</b> Cloud Cuckoolander 6.1	<b>Sue</b> Mary Sue 1.7	<b>Tsu</b> Tsundere 3.8	<b>St</b> The Storyteller .68	<b>Mgb</b> Magnificent Bastard 5.1	<b>Ewi</b> Enemy Within 4.2	<b>Dra</b> The Dragon 4.6	<b>Av</b> Anti-Villain 2.0	<b>Sv</b> Subverted Trope 3.2	<b>Lr</b> Like Reality Unless Noted .08	<b>Vam</b> Viewers Are Morons 1.1	<b>Dlp</b> Draco In Leather Pants 1.5
<b>Ret</b> Retcon 2.8	<b>Cal</b> Call To Adventure 2.9	<b>Bwb</b> Fanservice 4.1	<b>Xan</b> Xanatos Gambit 3.7	<b>Ih</b> Idiot Hero 1.4	<b>Ag</b> Action Girl 5.0	<b>Ace</b> The Ace 1.1	<b>Bda</b> Badass 7.9	<b>Ham</b> Large Ham 5.1	<b>Moo</b> Mooks 3.9	<b>Dbd</b> The Dumbledore .33	<b>Lei</b> Rebel Leader .16	<b>Mpb</b> Manipulative Bastard 2.9	<b>Law</b> Amoral Attorney .32	<b>Mol</b> The Mole 1.9	<b>Vp</b> Villain Protagonist 1.8	<b>Old</b> Oldest Ones In The Book 3.1	<b>Anp</b> Anthropic Principle .07	<b>Wob</b> Writer On Board .49	<b>Mem</b> Memetic Mutation 6.8
<b>Arc</b> Story Arc 1.1	<b>Rq</b> Redemption Quest .10	<b>Cry</b> Tear Jerker 7.4	<b>Bdh</b> Big Damn Heroes 2.9	<b>Sh</b> Super Hero .95	<b>Pg</b> Plucky Girl .95	<b>Cap</b> The Captain .88	<b>Bb</b> Berserk Button 5.8	<b>Rnd</b> Rounded Character .06	<b>Red</b> Redshirts 1.2	<b>Mus</b> Dumb Muscle .83	<b>Mal</b> Rebellious Spirit .33	<b>Chs</b> The Chessmaster 2.8	<b>Ob</b> Obstructive Bureaucrat .80	<b>Vir</b> The Virus 1.2	<b>4te</b> For The Evulz 1.9	<b>Roc</b> Rule of Cool 4.1	<b>Con</b> Law of Conservation of Detail .30	<b>Xm</b> Executive Meddling 3.0	<b>Wog</b> Word of God 7.4
<b>Rar</b> Romance Arc .05	<b>Hj</b> The Hero's Journey .16	<b>Ang</b> Wangst 1.4	<b>Pet</b> Pet The Dog 1.9	<b>Kh</b> Kid Hero .77	<b>Det</b> Determinator 3.1	<b>Gun</b> The Gunslinger .67	<b>Jhg</b> Jerk With A Heart of Gold 3.7	<b>Fla</b> Flat Character .34	<b>Mug</b> Muggles 9.0	<b>Gia</b> Gentle Giant 1.3	<b>Kz</b> The Klutz .27	<b>Mon</b> Complete Monster 7.5	<b>Ws</b> Wicked Stepmother .26	<b>Eld</b> Eldritch Abomination 5.6	<b>Lol</b> Evil Laugh 1.9	<b>Rof</b> Rule of Funny 3.1	<b>Lah</b> Literary Agent Hypothesis .46	<b>Rad</b> Getting Cap Past The Radar 2.5	<b>Mst</b> MST3K Mantra 9.2
<b>Tri</b> Love Triangle 1.5	<b>Stw</b> Saving The World .26	<b>Jts</b> Jumping the Shark .74	<b>Kik</b> Kick The Dog 3.1	<b>Gh</b> Guile Hero .60	<b>Gb</b> Genius Bruiser 1.1	<b>Ir</b> Intrepid Reporter .57	<b>Ja</b> Jerkass 9.0	<b>Dyn</b> Dynamic Character .04	<b>Scr</b> The Scappy 2.8	<b>Foo</b> The Fool .44	<b>Lrg</b> Loveable Rogue .77	<b>Om</b> Omniscient Maniac 1.7	<b>Bru</b> The Brute .96	<b>1wa</b> One Winged Angel 1.9	<b>Fai</b> You Have Failed Me .85	<b>Rod</b> Rule of Drama .51	<b>Md</b> Moral Dissonance .21	<b>Dh</b> Development Hell .22	<b>Sqi</b> Squick 5.7
<b>Hil</b> Hilarity Ensues 4.1	<b>Tfc</b> They Fight Crime .45	<b>Gtb</b> Growing the Beard .86	<b>Hrz</b> Moral Event Horizon 4.0	<b>Th</b> Tragic Hero .30	<b>5ma</b> Five Man Band 2.4	<b>Ind</b> Adventurer Archeologist .39	<b>Sav</b> Genie Savvy 4.9	<b>Sta</b> Static Character .06	<b>Edh</b> Ensemble Darkhorse 4.0	<b>Tc</b> Turncoat .13	<b>Pmd</b> Person of Mass Destruction .98	<b>Kt</b> Knight Templar 2.4	<b>Chi</b> Creepy Child 1.5	<b>Cce</b> Corrupt Corporate Executive 2.2	<b>Cat</b> Right Hand Cat .23	<b>4wl</b> The Fourth Wall .38	<b>Tbl</b> Parodic Table of the Elements .01	<b>Sbn</b> Screwed By The Network .78	<b>Fwr</b> Freud Was Right 1.3
<p>Character Modifiers</p> <p>Hft Heel Face Turn</p> <p>Fht Face Heel Turn</p>																			
<p>The Fourth Wall subtypes:</p> <p>Audience What Audience                  Breaking The Fourth Wall                  Breaking The Reviewers Wall</p> <p>Fourth Wall Mail Slot                  Fourth Wall Observer                  Fourth Wall Portrait                  Fourth Wall Psych</p> <p>Leaning on the Fourth Wall                  Logging Onto The Fourth Wall                  No Fourth Wall                  No Inner Fourth Wall</p> <p>Noticing The Fourth Wall                  Painting The Fourth Wall                  Sliding Scale Of Fourth Wall Hardness                  The Fourth Wall Will Not Protect You</p>																			

## 11 категорий

1. Структура (Structure)
2. Установки, законы, сюжеты (Setting, Laws, Plots)
3. Модификаторы сюжета (Story Modifiers)
4. Инструменты сюжета (Plot Devices)
5. Персонажи (Heroes)
6. Модификаторы персонажей (Character Modifiers)
7. Архетипы (Archetypes)
8. Злодеи (Villains)
9. Метатропы (Metatropes)
10. Производство (Production)
11. Фанаты и реакция аудитории (Fandom & Audience Reaction)

## 200 элементов

# АУДИОСПЕКТАКЛИ

саунд-дизайн со смыслом

путь липецк  
аудио-спектакль **Воды**

путь южно-сахалинск  
аудио-спектакль **Воды**

путь байкальск  
аудио-спектакль **Воды**



# путь аудио-спектакль **Воды**

если представить что один человек это капля, то население Липецка это 100 стаканов



путь аудио-спектакль **Воды**

послушать аудиоспектакль:



Яндекс Музыка

VK Музыка

Telegram

izi.TRAVEL



<https://voda.wowwowwow.ru>

ВЭБ  
ФОНД  
РАЗВИТИЯ  
ГОРОДОВ

РОСВОДОКАНАЛ

АДМИНИСТРАЦИЯ  
ГОРОДА ЛИПЕЦКА

импресарио

ты знаешь, как звучит твой город? думаешь ли ты о том, откуда притекла та вода, которая течет у тебя в кране утром, когда утром чистишь зубы?

о спектакле

создатели

импресарио





# ТЕАТРАЛИЗАЦИЯ

не приторная и не банальная

экскурсовод НЕ должен превращаться в ряженого

НЕОБЫЧНЫЕ  
ЭКСКУРСИИ



12+



# СПОСОБЫ ТЕАТРАЛИЗАЦИИ В ЭКСКУРСИЯХ

## *ЭКСКУРСИИ С ТЕАТРАЛИЗАЦИЕЙ «ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА»*

экскурсовод играет роль исторического персонажа и от его имени ведёт экскурсию, или в ходе экскурсии раскрывается тема, ключевой фигурой в которой является приглашённый актёр, и экскурсанты как-бы наблюдают за ним во время экскурсии, или вместе с ним «проживают» фрагменты его жизни

(т.е. в экскурсии в любом случае присутствует «живой» экскурсовод, который ведёт экскурсионный рассказ и применяет экскурсионные приёмы)

## *ЭКСКУРСИЯ С ЭЛЕМЕНТАМИ ТЕАТРАЛИЗАЦИИ*

вся экскурсия проводится в традиционном формате, а в определённые периоды перед экскурсантами профессиональные актёры разыгрывают сценки из сюжета экскурсии

## *ЭКСКУРСИИ С ТЕАТРАЛИЗОВАННОЙ КОММУНИКАЦИЕЙ*

привлечённый актёр, который играет роль исторического персонажа, активно взаимодействует с экскурсантами, ведёт диалог и/или применяет игровые приёмы

## *ЭКСКУРСИИ-ПРОМЕНАДЫ С АКТЁРОМ*

в таких экскурсиях рассказ записан и транслируется экскурсантам через наушники, а роль экскурсовода выполняет актёр, который ничего не говорит, но ведёт по маршруту и одновременно играет роль главного героя (например, экскурсии Farolero, Часовщик Klokkwalker, InVisible Moscow и т.п.).







### ИГРА АКТЁРОВ

профессиональная игра позволяет погрузить экскурсанта в тему или эпоху; переигрывание, пародия, плохая речь делает театрализацию фактором, который снижает впечатления от экскурсии

### КОСТЮМЫ И РЕКВИЗИТ

в случае экскурсионной театрализации костюмы и реквизит должны быть тщательно продуманы, ведь экскурсовод воссоздаёт историческую эпоху или сюжет, и ошибки с реквизитом приравниваются к фактологическим ошибкам в экскурсионном рассказе



Это Пётр I !

### УМЕСТНОСТЬ И ЛОГИЧНОСТЬ ТЕАТРАЛИЗАЦИИ

выбирая подобные приёмы, нужно знать точно, какую цель они преследует, важно умение грамотно подобрать образ в соответствии с обстановкой сюжетом, стилем речи, дабы не создавать вместо желаемого образа вид «ряженого гида»

### КОРРЕКТНОСТЬ

выбирая тот или иной приём театрализации, экскурсовод должен быть максимально корректен в представлении героев и персонажей, даже если жанр театрализации – пародия или сатира



И это Пётр I ?!

### ОРИЕНТАЦИЯ НА ЭКСКУРСИОННУЮ АУДИТОРИЮ

в выборе средств, способов и приёмов театрализации важно учитывать запросы и особенности экскурсантов



# РЕКОНСТРУКЦИИ

многообразие форматов

Затратно

Много субъектов  
(военно-исторические  
общества, организаторы,  
администрация,  
волонтёры, музеи и пр.)

Зрелищно, наглядно

Интерактивно

Сказочные и фэнтезийные



Исторические и военно-патриотические



Крупнейшая в Европе фэнтези-реконструкция  
«Битвы пяти воинств» (пос. Доксы, Чехия)

д.п. Зеленоградский, Пушкинский гор.окр.,  
Московская обл., май 2023 г.

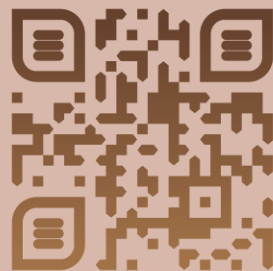


# НЮХАЕМ С ПОЛЬЗОЙ

реконструкция образов и ароматов ушедших эпох



ИСТОРИЧЕСКИЙ САЛОН  
АРОМАТ ВРЕМЕНИ



<https://aromatvremeni.ru>





# ГЕЙМИФИКАЦИЯ

на принципах эдьютеймента

Стереотипы и ошибочные мнения

*Нет глубины темы*

*Не серьезно*

*Для детей и только*

*Нет достоверности*

*Вредит репутации экскурсовода  
и учреждения*

*Музей – это храм науки,  
а не комната развлечений*

Игровые приемы активизируют внимание, способствуют командной игре и сплочению коллектива, повышают уровень мотивированности и познавательной активности

**«КОЛОМЕНСКОЕ:  
путешествие в прошлое с котом Тимофеем»**

Игровая  
карта







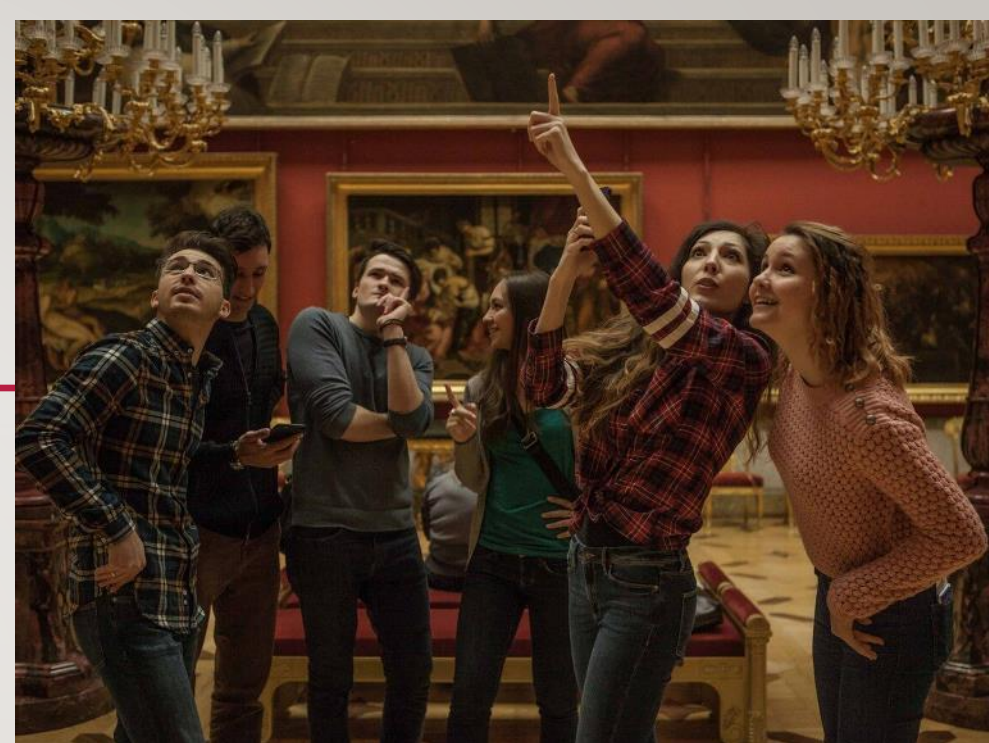
## КВЕСТ-ЭКСКУРСИЯ: МОДНЫЙ ТРЕНД, ИННОВАЦИЯ ИЛИ ПОТРЕБНОСТЬ ВРЕМЕНИ?

### 3 К:

- Критическое мышление
- Креативность
- Кооперация

### «Квестопривлекаемые» свойства экскурсионных объектов:

- Информативность
- Репрезентативность
- Экспрессивность
- Аттрактивность



КВЕСТ ...

В ХРАМЕ (!)

ВОЗМОЖНО





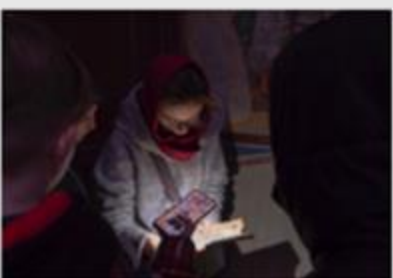
# КВЕСТ В ХРАМЕ

селфи с монастырём

[https://vpmon.ru/  
ekskursiya-kvest-2/](https://vpmon.ru/ekskursiya-kvest-2/)



## ВЫСОКО-ПЕТРОВСКИЙ МУЖСКОЙ МОНАСТЫРЬ



Исторический квест «**СЕЛФИ С МОНАСТЫРЁМ**» – это увлекательная экскурсия-путешествие в эпоху Петра I для школьников, посвящённая истории обители.

*«В игровой форме Вы узнаете о самых ярких страницах истории обители, которой насчитывается уже 700 лет. Получая задания на древних свитках, Ваша команда будет расшифровывать надписи на каменных надгробиях, открывать шкатулки, самостоятельно узнавать, когда и при ком реставрировались монастырские храмы и многое другое».*

Экскурсия превращается в захватывающее приключение по старинной обители, а яркие эмоции сделают этот день незабываемым, как и полученные знания.

Продолжительность квеста **1 час 30 минут**.

Пожертвование за организацию и проведение квеста – **3 600 руб.** за группу до **8 чел.**

В случае, если в группе свыше 8 чел., пожертвование составляет **450 руб.** за чел.

Экскурсионную работу в монастыре обеспечивают привлекаемые специалисты.

Предлагаемая сумма пожертвования включает в себя оплату труда экскурсоводов и содержание инфраструктуры монастыря.

## Экскурсионный квест: необходимые условия

- ★ Ориентация на подлинник и достоверность информации
- ★ Изменение «оптики» традиционного взгляда на объект
- ★ Ассоциативность объекта показа
- ★ Неожиданный ракурс и провокация ассоциаций
- ★ Зоны тактильности

## Положительные стороны квест-экскурсии



Много интересных фактов и забавных историй



Оптимальный маршрут



Легко ориентироваться в незнакомом месте



Любопытные детали



Не нужно специальных знаний



«Интермузей-2018»



# Текст, факты, достопримечательности — лишь полдела

Продукт делают не здания, и не памятники, и не история. Его делает качество сервиса, люди, реализующие этот продукт.

Например, грамотный экскурсовод сможет создать приключение в чистом поле, а скучный даже в центре Парижа или Берлина заставит людей зевать

**Одних фактов недостаточно** — без эмоциональной драматургии вы никогда не донесёте до человека нужную информацию, ему будет просто скучно. И даже хороший, достоверный и выверенный текст экскурсии можно загубить невыразительной манерой речи и отсутствием контакта с группой.

## Принципы эдьютеймента

Яркие эмоции и положительный психологический климат



Реалистичность



Осознание практической значимости



Туристско-экскурсионный продукт сегодня — это в первую очередь впечатление в формате **edutainment** -

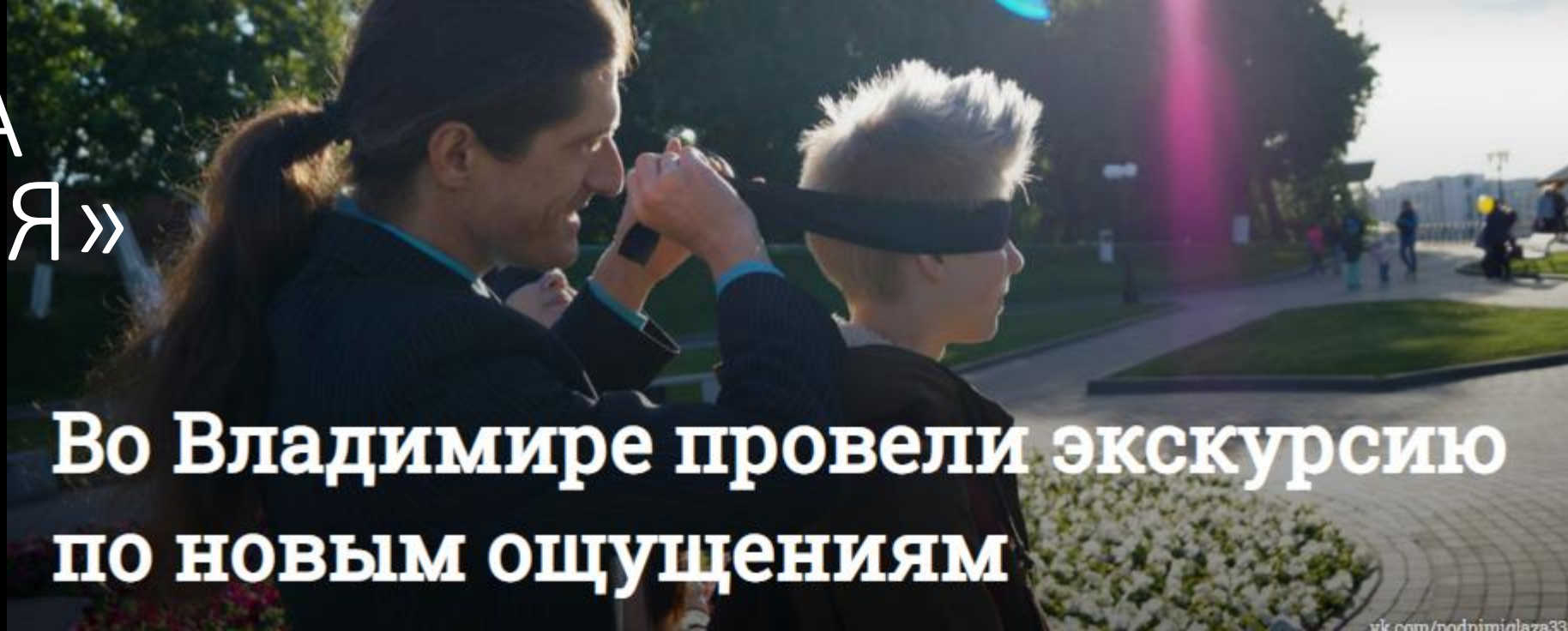
обучение через развлечение, игру



Термин «эдьютейнмент» (от англ. *education* - образование, *entertainment* - развлечение) предложил **Уолт Дисней**, понимая под ним обучение в формате развлечений

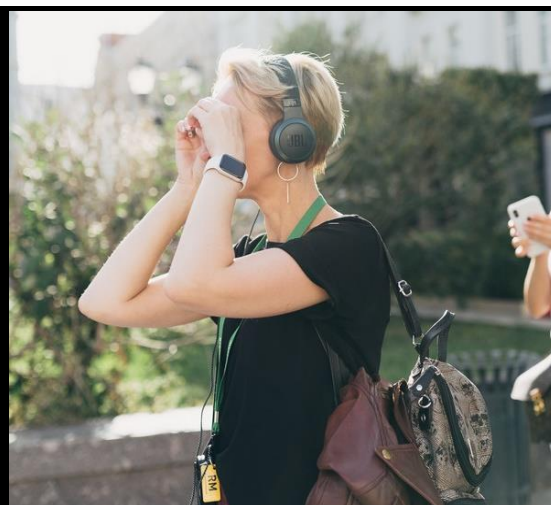
# «ФОКУС НА ОЩУЩЕНИЯ»

- Завязанные глаза (темнота)
- Звукоизоляция (тишина)
- Молчание
- Ограничение движения



## Во Владимире провели экскурсию по новым ощущениям

*«Каждый знакомится с городами по-разному. Например, я - воспринимаю запахи: Питер для меня пахнет болотом, а Ростов – старинной земляной романтикой. Владимир тоже имеет свой необычный аромат»*





# ЭКСТРЕМАЛЬНЫЙ ОПЫТ

законный и безопасный

Экстремальность может выражаться в наличии тревожного момента, в прохождении «опасного» участка или других ситуациях, которые заставляют экскурсантов переживать. Здесь работает принцип просмотра фильмов ужасов или триллеров – когда зритель чувствует себя в безопасности, но, наблюдая за сюжетом, испытывает «эффект присутствия», щекоча себе нервы.





# МОДЕЛИРОВАНИЕ ДИНАМИЧНОЙ СРЕДЫ



<https://www.youtube.com/watch?v=iWsYw5hzdp8&t=48s>

Посмотрите видео по ссылке. Во время трансляции видео двигайте мышью по нему, увидите эффект 360°

VR-  
экскурсии

AR-  
экскурсии

MR-  
экскурсии

QR-  
экскурсии



Отсканируйте QR-метку, выберите видеоролик, установите смартфон здесь и закройте крышку.

Наслаждайтесь!





# МОДЕЛИРОВАНИЕ ДИНАМИЧНОЙ СРЕДЫ

Здесь мы переносимся в воображаемый сон Дали и оказываемся в его картине «Археологический отголосок “Анжелюса” Милле»

VR-выставка «Глубокое погружение в картины» дала мне возможность увидеть в мельчайших подробностях полотна трёх мастеров (Мунк, Моне, Дали), рассмотреть то, что недоступно в реальности. Я как будто побывала в личном дневнике Моне и прямо в пруду, который он рисовал... и даже между мазков краски в его картине. Теперь у меня есть свой опыт, связанный именно с этими картинами и с этими художниками. И он по объёму впечатлений сравним с путешествием в их мир. Воображение и память не признают времени – несколько минут VR-представления всё ещё длится внутри меня. Мне даже интересно, сколько нужно времени, чтобы воспоминания перестали ускорять пульс.

VR  
PRO



DEEP  
IMMERSIVE



Посмотрите видео по ссылке.  
Во время трансляции видео  
двигайте мышью по нему,  
увидите эффект 360°



VISIONARY  
ART



CRAMER  
MUSEUM

<https://artdynamics.ru/vrgallery>



Посмотрите  
видео по ссылке:



<https://cloud.mail.ru/public/hfz2/xdPj7S3GW>



НАБОР



МАССОВАЯ  
ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ  
стандартная индивидуальность





# ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ

эмоциональное VS физическое

Похвала,  
пожелание

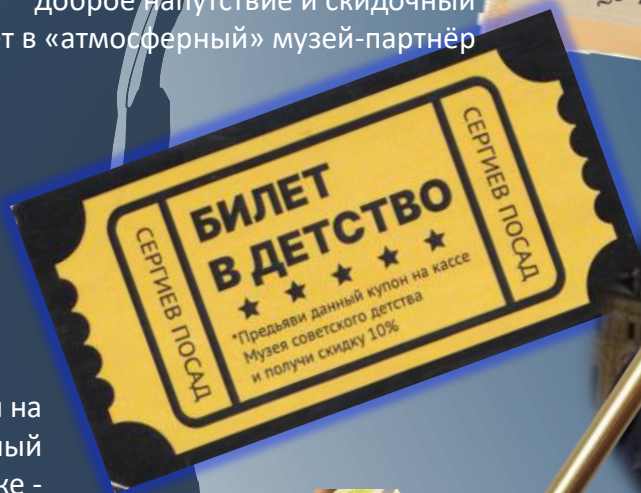
Призы,  
презенты

Комплименты,  
дегустации

Скидки



Экскурсия с фонарщиком Фаролеро в Сергиевом Посаде. Участникам – доброе напутствие и скидочный билет в «атмосферный» музей-партнёр



Гостям стенда Респ. Башкортостан на выставке «Россия» – «утилитарный сувенир» на память о Стерлитамаке - мини-упаковка продукции завода АО «Башкирская содовая компания»



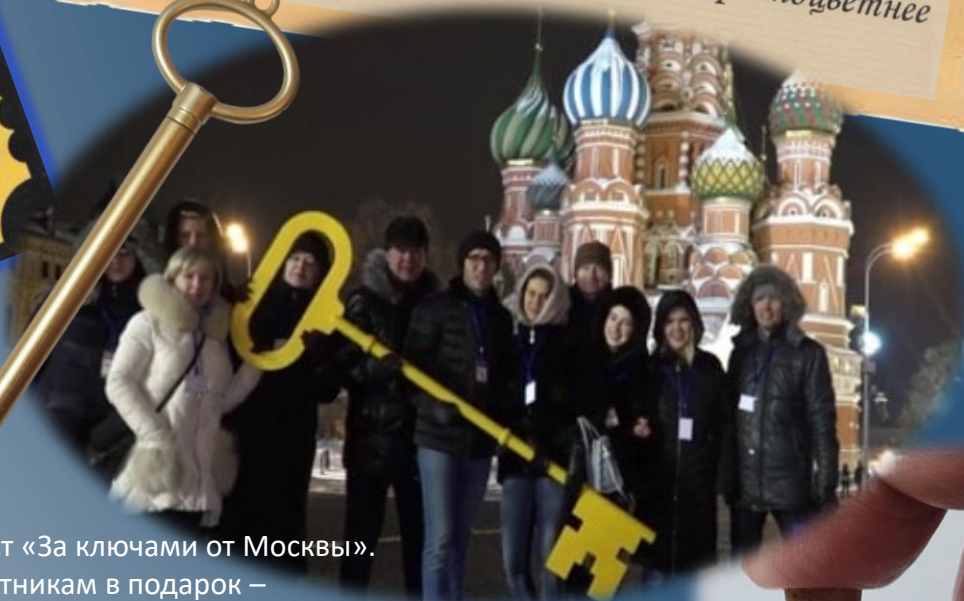
Экскурсия в Вологде. Участникам для дегустации – конфеты «Укус женщины» и «Слеза мужчины»

*Всегда иди за своей звездой, и пусть компасом твоим будет любопытство. И помни, что ты создан быть творцом. А это значит, что ты умеешь создавать то, что до тебя ещё не существовало. ТПО, что сделает наш мир ещё разноцветнее и ещё прекрасней.*



Квест «За ключами от Москвы». Участникам в подарок – шариковая ручка в форме ключа

Экскурсия в Новосибирске. Участникам памятный коллекционный сувенир – флакон с песком с берега р. Оки





# СОБЫТИЙНЫЕ ЭКСКУРСИОННЫЕ ПРОГРАММЫ



**Флешмобы** – преднамеренно спланированные акции, к участию в которых привлекаются, в том числе и экскурсанты. Слово произошло от словосочетания flash mob — «мгновенная толпа». Люди собираются в общественном месте и выполняют одно действие




**Челлендж** – какое либо действие, выполненное одним человеком или группой людей, которое становится вирусным и в итоге большое количество людей пытается повторить это же действие, снимает это на видео и выкладывает в социальных сетях, таким образом оно становится массовым.




**Квиз** – соревнование, в ходе которого один или несколько участников отвечают на поставленные им вопросы



# МАСТЕР-КЛАСС И ЭКСКУРСИЯ как совместить и не потерять ценность?

- развлечение туристов, увеличение прибыли
- увеличение времени пребывания туриста на предприятии 
- все так делают



-  ✓ Передаём традиции и создаём шедевры
- ✓ Сохраняем историческую память руками
- ✓ Транслируем опыт предков наследникам

**Всегда ли наличие мастер-класса  
гарантирует успешность продукта?**



*Дискуссия* - это глубокое обсуждение какого-то спорного проблемного вопроса  
Метод учебной дискуссии формируется на обмене мнениями между учениками, учителем и учениками, учит самостоятельно мыслить, развивает умение практического анализа и тщательной аргументации выдвинутых положений, уважения к мнению других



✓ *Правила дискуссии*

- ✓ говорить по очереди, не перебивать другого;
- ✓ критиковать мнение, а не личность;
- ✓ уважать все высказанные мнения;
- ✓ не смеяться, когда другой говорит, за исключением, когда кто-то шутит;
- ✓ не менять темы дискуссии;
- ✓ поощрять к участию всех учеников.

# Сложности и специфика дискуссии

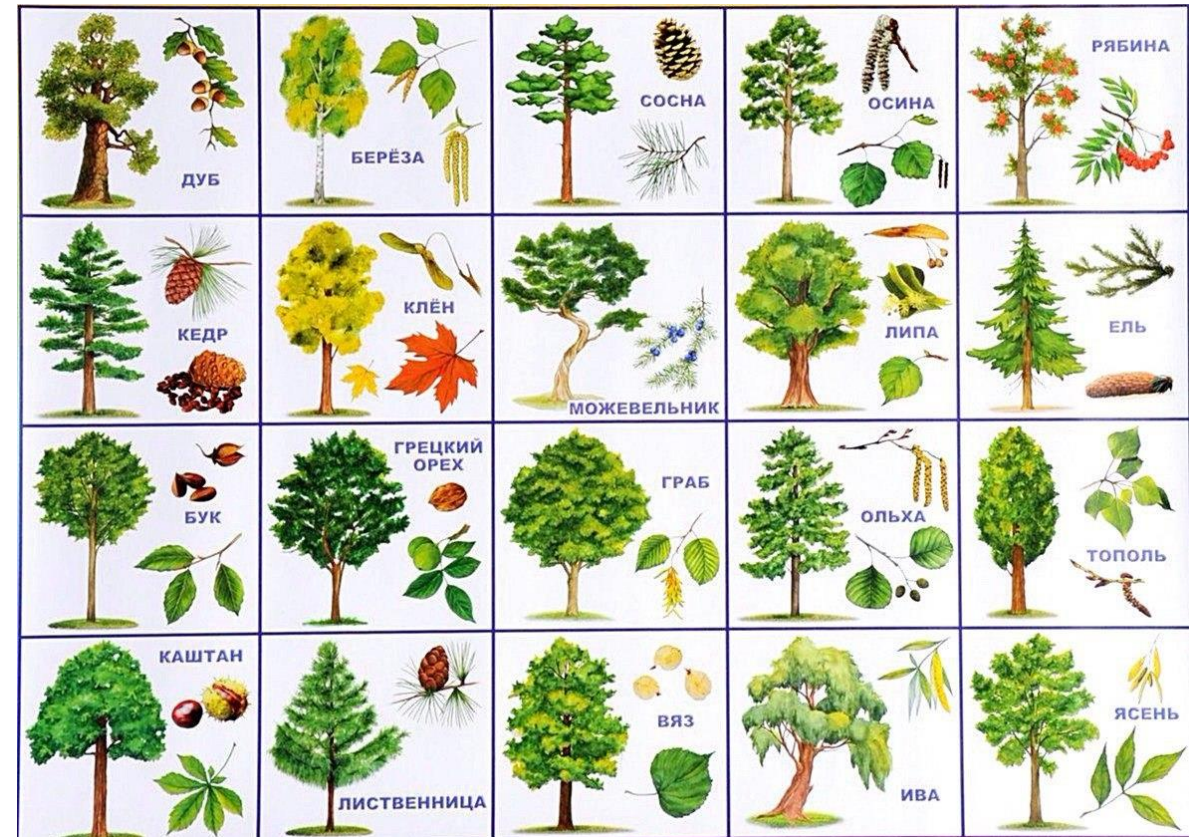
---

- необходимость управлять дискуссией и её сценарием;
- необходимость вести игроков к логичному выводу;
- необходимость корректировки методов по ходу игры;
- угроза отсутствия эмоционального отклика у слушателей;
- тупик из-за отсутствия собственного мнения у слушателей;



# Добавить наблюдения

Узнавать и наблюдать



# Наблюдать и исследовать



Рисование



Раскрашивание



Дорисовывание



Сбор гербария

*Бланки-раскраски*

*Карандаши*

*Бумага (блокнот)*

*Папка для гербария*





# Проводить опыты – **WOW**-технологии



# Оценивать и отдыхать

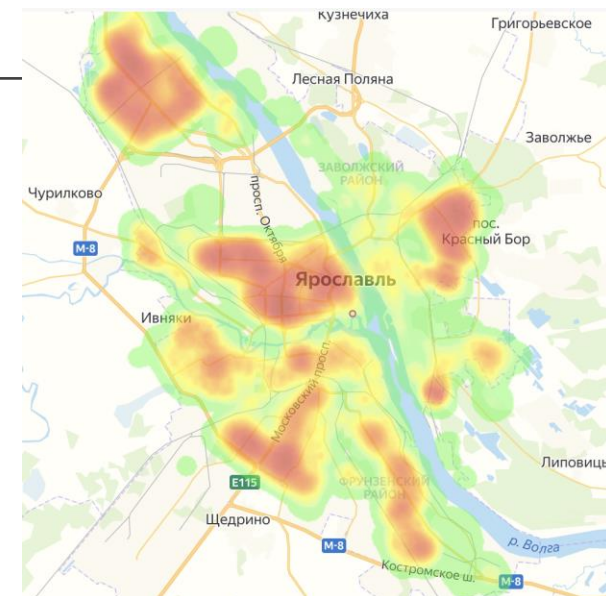
**БЛАНК**  
психолого-эстетической оценки ландшафтов

Фамилия исследователя _____		Дата исследования _____				
Район исследования _____						
№ опорной точки и характер пейзажа, что открывается	Время наблюдения	Оценка по критериям, баллы				Средний балл по критериям
		С	З	Н	Д	
1						
2						
3						

## Критерии психолого-эстетической оценки ландшафтов

Критерии	Условия оценки открывающихся пейзажей		
	в 0 баллов	в 2 балла	в 4 балла
1 <b>С – Спокойствие</b> Чувство покоя, расслабление, созерцание	пейзаж некрасивый, унылый, успокоению, расслаблению и созерцанию не способствует	умеренно живописный пейзаж, способствующий успокоению, расслаблению и созерцанию, но недолго	очень живописный пейзаж, способствует длительному успокоению, расслаблению и созерцанию.
2 <b>З – Увлечения</b> Чувство восхищения, благоговения, священности	пейзаж невнятный, оставляет равнодушным	пейзаж достаточно выразителен, но восхищение, благоговение, чувство священности не вызывает	величественный, грандиозный пейзаж, вызывающий сильный восторг, благоговение, чувство священности
3 <b>Н – Девственность</b> Чувство девственности, дикости, удаленности от цивилизации	удаленность от цивилизации, девственность и дикость не чувствуются	чувствуется удаленность от цивилизации, но нет ощущения дикости, девственности	остро ощущается девственность, дикость местности, удаленность от цивилизации
4 <b>Д – Душевный подъем</b> Ощущение душевного возвышения, вызванное звуками и запахами природы	преобладают звуки и запахи антропогенного происхождения, не вызывают душевного возвышения	звуки и запахи природы смешиваются со звуками и запахами цивилизации, что вызывает определенный душевный подъем	полнота только естественных звуков и запахов, вызывающих душевный подъем

## Психолого- и гео-эстетическая оценка ландшафтов



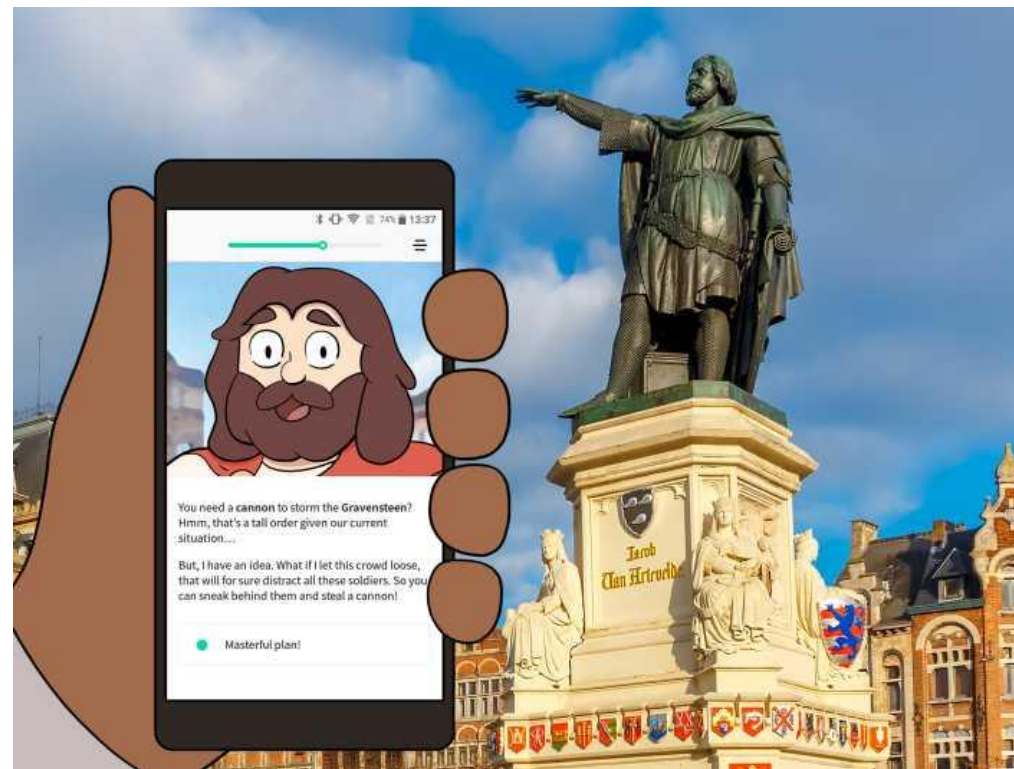
Тепловая карта спокойствия города

Оценка производится в баллах, на основе субъективных впечатлений на определенных видовых точках в разное время суток. По итогам составляется карта или описание



# Изучать и играть

---



## Это интерактивный симулятор



МУФ 2023. Знакомство с прокладкой метротоннелей



МУФ 2023.  
Город здоровья

### ИГРА «ПОСТРОЙ ТОННель БКЛ!»



Для ПК | Android



## И это тоже!

2



Друзья! Приглашаем вас на захватывающий фестиваль для детей и их родителей «Пожарные приключения», который пройдет 12 августа на парковке ТРЦ «Пушкино Парк»!

- ✓ Настоящие пожарные машины с полной экипировкой и оборудованием.
- ✓ Возможность примерить снаряжение пожарных.
- ✓ Тушение очага возгорания с помощью огнетушителя.
- ✓ Конкурсы по перетягиванию пожарного рукава.
- ✓ Игра «Водяной тир».
- ✓ Настоящий «Пожарный» фонтан

И это ещё не всё... В завершении фестиваля вас ждёт особенное шоу! Не пропустите праздник пожарной безопасности в ТРЦ «Пушкино Парк»!

Ждем вас **12 августа в 15:00** на парковке ТРЦ «Пушкино Парк»



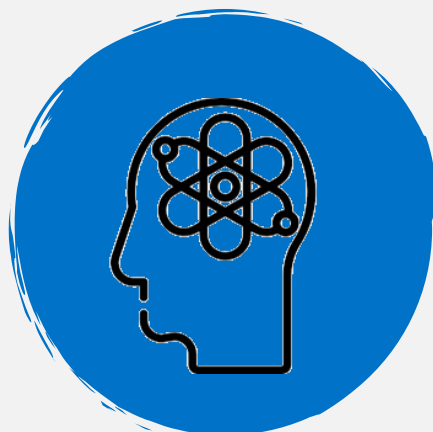
— Грамотно созданное впечатление строится на личном эмоциональном контакте с каждым клиентом. Именно благодаря такому впечатлению потребитель чувствует свою вовлечённость в процесс экскурсии и получает новые положительные эмоции, формируя лояльность к экскурсоводу/компании/дестинации.



# СОБСТВЕННАЯ ИСТОРИЯ



Впечатления и  
эмоции



Знания



Опыт

САМОВЫРАЖЕНИЕ,  
САМОРЕФЛЕКСИЯ

КЛЮЧЕВЫЕ  
РЕЗУЛЬТАТЫ  
СОВРЕМЕННОГО  
ТУРА или ЭКСКУРСИИ





**Олег Афанасьев**

д-р геогр.н., проф.

---

[olafn\\_dp@mail.ru](mailto:olafn_dp@mail.ru)

+7 967 246 3569

СПАСИБО  
ЗА ВНИМАНИЕ!

[rguts.ru](http://rguts.ru)