

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИННОВАЦИИ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ

УДК 001.895:338.48

ИННОВАЦИИ В ЭКСКУРСИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Н.А. ЧИРСКИЙ¹, Т.А. ХВАГИНА²

¹Белорусское общественное объединение экскурсоводов и гидов переводчиков,

г. Минск, Республика Беларусь, micola.chyrski@tut.by

²Полесский государственный университет,

г. Пинск, Республика Беларусь, hvaginatd@tut.by

Впервые термин «инновация» ввел в оборот в 1920-х годах австрийский и американский экономист, профессор Йозеф Шумпетер. Он отмечал, что инновация – это объединение в единое целое всех имеющихся в распоряжении производителя новшеств – материалов, способов производства, возможностей внедрения продуктов на рынке, создание новых рынков. Инновации помогают предприятиям выдерживать жесточайшую конкуренцию на рынке сбыта товаров и услуг. Инновационный процесс – единство научных, технологических, организационных, экономических, коммерческих мероприятий, в результате которых происходит создание инновационного продукта.

Инновации в экскурсионной деятельности понимаются как новые по тематике и форме экскурсии, анимационные программы, интегрированные в экскурсионные маршруты, новые подходы к разработке и совершенствованию экскурсий, новые методические приемы и технологии, используемые экскурсоводами. Инновационными могут быть как усовершенствованные классические, так и внедряемые в практику новые экскурсии и услуги. Экскурсионный продукт (экскурсию, экскурсионный тур) можно назвать инновационным при условии использования новейших технологий, конструктивно новых приемов и методов создания и внедрения. В разработке инновационного экскурсионного продукта может участвовать достаточно широкий круг лиц: маркетологи, специалисты по рекламе, профессиональные экскурсоводы, специалисты от различных областей науки и сфер культурной деятельности.

С помощью новейших технологий за последнее время были разработаны виртуальные экскурсии различной тематики, экстремальные туры, квест-туры, мультимедийные программы и другие новые формы экскурсионного продукта.

Специалисты турбизнеса выделяют несколько основных *классификационных признаков* инноваций в туристической деятельности на современном этапе:

1. происхождение идеи (спрос потенциальных туристов, новые научные и технические открытия);
2. форма инновации (туристский продукт, туристские услуги, изменения в инфраструктуре гостеприимства);
3. масштаб распространения (область, край, регион, страна, континент, мировая система);
4. капиталоемкость (большая, средняя, незначительная).

Инновации в туризме – это комплексные культурные досуговые мероприятия, включающие в себя новый компонент, предусматривающие новую форму проведения и формирующие спрос на новый продукт на туристском рынке. Примером инновационного проекта в туризме может служить разработка кардинально новых по форме и качеству экскурсий и мероприятий в Беловежской пуше. Это «Экскурсии на родину Деда Мороза», включающие в себя и театрализацию, и интерактивные элементы, которые пользуются спросом и в нашей стране, и за рубежом.

Инновационный процесс в туризме развивается в ответ на изменения, происходящие не только в туристическом рынке, но и в других сферах жизни общества. Это:

1. изменение спроса потенциальных покупателей турпродукта (смена социального заказа);
2. новые достижения научно-технического прогресса, новые технологии и подходы;
3. расширение информационной базы туристических ресурсов;
4. конкурентная борьба субъектов туристической деятельности, предприятий индустрии гостеприимства, музейных учреждений и других структур, заинтересованных в привлечении и обслуживании туристов и экскурсантов.

Как и любые изменения в хозяйственной сфере, инновации отвечают нескольким основным принципам, таким как научность, системность, соответствие уровню спроса, позитивность и перспективность.

Принцип научности проявляется в том, что при создании и внедрении инновационного туристского продукта и услуг, отвечающих сегодняшним требованиям, используются достижения современной науки, новые требования к экскурсиям. Инновационные экскурсии в различных областях применения разрабатываются при участии специалистов – историков, этнографов, археологов, геологов, географов, биологов. Часто одному новому экскурсионному проекту предшествуют месяцы работы в архивах, музеях, знакомство со спецификой работы в научных экспедициях.

Разработка инновационных экскурсий – это четко организованный и хорошо систематизированный процесс. Разрабатываемые экскурсии с элементами инновации создаются с учетом природных, исторических и административных особенностей каждого региона, имеющегося спроса на турпродукт, уровня туристской инфраструктуры, состояния дорог, наличия необходимых специалистов, возможности инвестиций. С целью соблюдения в инновациях принципа системности проводится длительное маркетинговое исследование.

Любое нововведение, в том числе в экскурсионном туризме, готовится и внедряется с учетом имеющегося спроса потенциальных потребителей. С целью выяснения этого спроса проводятся маркетинговые исследования, анкетирование, интернет-опросы. Разработанные и внедренные инновации должны отвечать современным моральным, духовным запросам общества, уровню его развития и не нарушать экологическое равновесие. Особое внимание уделяется новым экскурсиям экологического профиля: продумываются все аспекты проекта так, чтобы его реализация приносила пользу обществу, без ущерба природе. При внедрении новых экологических проектов разрабатываются правила поведения туристов на территории природных парков и заповедников.

Инновационные проекты в туризме должны быть не только актуальны, но и в обязательной степени перспективны. Каждая инновация требует интеллектуальных творческих затрат и финансовых вложений, которые без долгосрочной перспективы не будут оправданными. Поэтому инновации в экскурсиях разрабатываются на перспективу дальнейшего развития всей сферы туризма с учетом постоянного движения общества вперед в связи с технологическим прогрессом.

Инновационная деятельность в сфере туризма и экскурсоведения развивается в следующих направлениях:

1. разработка и внедрение нового туристского продукта, в первую очередь, экскурсий различных форм и тематики, например, экскурсий на страусиные фермы, в развлекательно-досуговые центры и т.п.;
2. использование новых технологий в разработке городских и музейных экскурсий с электронным аудиогидом или экскурсий с элементами экстремального туризма;
3. привлечение новых туристских ресурсов, ранее не рассматривавшихся как туристский потенциал, например уникальные экскурсии по белорусским болотам, экскурсии в естественную природную среду;
4. проведение маркетинговых исследований на новом социально-культурном уровне, например, по программе «приближение к клиенту», т.е. с учетом индивидуального спроса каждого потенциального туриста;
5. разработка и внедрение новых по форме комплексных экскурсий, например, квест-туров или экскурсий с анимацией.

Внедрение инноваций в экскурсии и экскурсионные туры напрямую зависит от маркетинговой стратегии. Главная задача маркетинга в туризме – вовремя замечать все изменения и поддерживать перспективные инновационные разработки, имеющие спрос на туристском рынке. Маркетологи вырабатывают стратегические цели и задачи инновационных экскурсионных программ, ищут пути их реализации.

В качестве примера создания инновационной экскурсии рассмотрим *план* подготовки и проведения театрализованной экскурсии «Путешествие в прошлое».

1. Организация круглого стола с участием всех партнеров – турфирмы, организующей экскурсии, клуба исторической реставрации, выступающего главным исполнителем, экскурсоводов, представителя транспортного предприятия, организации, занимающейся костюмами с целью разработки и обсуждения концепции (идеи) будущей экскурсии.

2. Формирование творческой группы по созданию инновационного проекта и распределение функций между ее участниками.

3. Создание программы и сценария экскурсии по основным этапам (в идеале необходимо разработать несколько вариантов сценария, подходящих к группам разного состава).

4. Определение потенциального круга клиентов (школьники, учащиеся колледжей, вузов, взрослые корпоративные группы, семейные группы, иностранные туристы).

5. Составление бизнес-плана.

6. Подготовка театральной постановки (сценарий, режиссура, актёры-исполнители, костюмы, реквизит, декорации, рабочие просмотры и защита театрализованной программы перед комиссией из членов творческой группы и других заинтересованных лиц).

7. Реклама (брошюры, рекламные буклеты, календари, текст для сайта в Интернете).

8. Составление договора на услуги с транспортным предприятием.

9. Проведение пробной экскурсии.

10. Презентация нового продукта на туристском рынке.

Всемирная туристская организация (ЮНВТО) считает проблему совершенствования туристских программ и форм обслуживания туристов одной из самых актуальных. На ежегодных конференциях по туризму обсуждаются вопросы, связанные с разработкой и внедрением в практику турбизнеса самых различных по характеру инноваций.

По проведенным специалистами опросам, в 2008 – 2011 гг. самыми востребованными были: экскурсии познавательного характера по городам и паркам, экскурсии с включением элементов экстремального туризма, экскурсионные круизы, экологические экскурсии, театрализованные музейные и загородные мероприятия, экскурсии приключенческого характера, анимационные экскурсии, комплексные городские и загородные экскурсии.

Разработчики инновационных экскурсий и туров создают новый турпродукт, как правило, под конкретные программы, включающие в себя туристско-оздоровительные и культурно-познавательные маршруты, а также развлекательные и зрелищные мероприятия.

В последние годы появились принципиально новые по своему характеру экскурсии:

1. для людей пожилого возраста – «туризм сеньоров», в рамках которого организуются познавательные экскурсии по живописным местам и интересным музейным экспозициям;

2. VIP-туры с включением рыбалки и охоты;

3. специальные экскурсии для молодежи с посещением модных фестивалей, «фэстов», рыцарских боев, показов одежды;

4. детские экскурсионные программы с анимационными элементами;

5. приключенческие экскурсии и комплексные экскурсии по городам и паркам;

6. индивидуальные экскурсии с учетом потребностей конкретной группы или конкретного туриста - индивидуала. Подобные экскурсии имеют большие перспективы для развития и внедрения на различные сегменты туристического рынка.

Одно из самых популярных инновационных направлений в экскурсионной деятельности – анимация (от лат. *anima* – душа, жизнь), предполагающая «оживление» исторических или литературных персонажей, вовлечение экскурсантов в происходящие действия. Анимация в туризме – это разработка и проведение специальных программ, входящих как составная часть в туристские экскурсионные маршруты. К анимационным программам относятся:

– музейные исторические театрализованные шоу, отличающиеся от обычной музейной экскурсии с театрализованными элементами и представляющие собой спектакль, в который на протяжении всего времени вовлечены экскурсанты. Во время подобных шоу экспонаты музея, например доисторические животные, средневековые рыцари и дамы и другие персонажи, «оживают» и переносят экскурсантов в ту эпоху, олицетворением которой они являются;

– костюмированные балы с участием исторических персонажей, дающие гостям возможность не только ощутить себя в контексте реалий другой эпохи или страны, но и научиться старинным танцам, традиционным бальным играм или светскому этикету;

– интерактивные викторины, разработанные по определенной теме и облегчающие восприятие исторической или другой информации, что делает экскурсию более яркой и интересной. Такие викторины предполагают живое общение, возможность проявить себя во время экскурсии, проверить свои знания и способности;

– карнавалы, направленные в основном на развлечение, но несущие определенную познавательную сущность, являясь живым воплощением истории народа и его культурных традиций;

– фестивали исторической реконструкции, вовлекающие в театрализованное действие гостей и предоставляющие им уникальную возможность не только стать участниками исторического события, но и самим попробовать свои силы, например, в рыцарских состязаниях;

- экскурсии по тематическим паркам, получившие популярность во многих странах еще в конце XX в. Самым известным тематическим парком мира является Диснейленд;
- театрализованные городские экскурсии, проведение которых стало возможным благодаря качественному изменению подхода методистов-разработчиков к организации и проведению экскурсии. Аниматором может выступать сам экскурсовод, члены творческой группы или участники различных творческих коллективов данного города (региона).

Разработкой и проведением анимационных программ занимаются *аниматоры* – специалисты, профессионально развлекающие гостей. Труд аниматоров требует определенных личностных качеств и профессиональных навыков: артистизма, коммуникабельности, обаяния, понимания психологии людей, способности удерживать внимание экскурсантов и находить выход в нестандартных ситуациях.

Во многих отелях мира аниматоры работают на постоянной основе, а анимационные программы составляют значительную долю в составе комплексного турпродукта. Главная задача аниматора – развлечь каждого гостя так, чтобы ему надолго запомнилось увлекательное мероприятие и еще не раз возникало желание принять участие в инновационных программах.

Работу аниматоров можно свести к следующей схеме:

учет интересов туристов – включение элементов театрализации – превращение гостей в непосредственных участников экскурсии – рождение новых идей и предложений по созданию и совершенствованию новых программ. В своей работе аниматоры тесно сотрудничают с профессиональными экскурсоводами, с фольклорными и иными творческими коллективами, с организаторами «фэстов» и фестивалей, с музейными работниками и центрами досуговой деятельности.

Театрализация стала популярным инновационным направлением в туризме. Например, в Лиде проводятся исторические экскурсии по городу и окрестностям, в ходе которых экскурсантам предлагается впечатляющая анимация, воссоздающая картину торжественного приема весной 1422 года лидской шляхтой супружеской пары Владислава II Ягайло и Софьи Гольшанской в стенах Лидского замка. В основу положены реальные исторические события. Подобные инновационные театрализованные проекты разработаны и с успехом внедрены во многих регионах Беларуси. В Меречёвщине (Ивацевичский район) демонстрируют анимационную программу, главным героем которой является юный Тадеуш Костюшко, чье детство прошло в этой усадьбе возле старинного местечка Коссово. В Борисове активно используют анимацию, посвященную событиям 1812 г. – переправе наполеоновских войск через Березину.

В связи с развитием рыночных отношений и радикальными изменениями в духовной жизни общества многим музеям пришлось стремительно перестраивать свою работу, чтобы идти в ногу со временем. В музейной практике появились такие новшества, как оригинальные макеты, действующие старинные механизмы, театральные постановки, мини-концерты, ролевые игры, примерка народных или исторических костюмов, компьютерные гиды по основным объектам экспозиции. Государственный музей истории театральной и музыкальной культуры Республики Беларусь включил в экскурсию показ традиционной белорусской батлейки, который не оставляет равнодушным никого из посетителей и дает представление о белорусском народном кукольном театре.

С целью привлечения экскурсантов ежегодно разрабатываются качественно новые экскурсии с включением нетрадиционных компонентов – мультимедийных роликов, фильмов в трехмерном измерении. Показ экспозиции нередко завершается выходом из музея для осмотра близлежащих интересных архитектурных, исторических или природных объектов и т.д. Интересные примеры инноваций в музейных экскурсиях демонстрирует музей «Берестье» в Бресте, где гостей встречает «берестейский староста» в средневековом костюме. В ходе экскурсии они побывают на монетном дворе, где каждый сможет отчеканить для себя памятную монету, и посетят подворье древнего берестянина. Много оригинальных интерактивных элементов включено в экскурсионную программу по экспозиции юго-восточной казармы цитадели Брестской крепости «Музей войны – территория мира». Здесь представлены не только реликвии фондовых коллекций мемориала, но и образно-скульптурные инсталляции, которые оживают на глазах, благодаря современным информационным технологиям.

Музеем Янки Купалы в Минске разработан и активно внедряется интерактивный проект (игра-викторина) «У пошуках папараць-кветкі» для разных категорий посетителей. В основе игры-викторины лежит поиск. Каждому участнику предлагается путеводитель с вопросами, ответы на которые он может отыскать в экспозиции музея. Вопросы, которые сформулированы развернуто, т.е. с рассказом про эпоху, жизнь и творчество Янки Купалы, дают возможность экскурсантам не

просто получить информацию, а приобрести новые знания путем исследований и открытий. Игра предусматривает момент состязания: выделяются победители, которые получают памятные призы. Чтобы обеспечить хорошее настроение, подвигнуть экскурсантов к активной деятельности, каждому из них вручают символическую «Папараць-кветку». Создает атмосферу колоритного праздника и сама ведущая игры – «Купаловская Павлінка» в красивом национальном наряде. Игра позволяет каждому посетителю провести свое личное исследование и убедиться, насколько богато неожиданными открытиями музейное пространство.

Музейные театрализованные праздники – инновация, которая является достаточно распространенной и популярной на туристском рынке. Многие музеи, в том числе Мирский и Несвижский замки предлагают посетителям новогодние анимационные программы. Нередко театрализованные представления приурочены к определенным юбилейным датам, государственным и народным праздникам. Иногда экскурсии полностью превращаются в театрализованные действия, сохраняя при этом свою познавательную значимость.

Примером может служить экскурсия «В гости к Зюзе Поозерскому». Зюзя – это персонаж белорусской мифологии, Бог зимы. В усадьбе Зюзи Поозерского экскурсанты становятся участниками увлекательного шоу с играми и забавами. Кроме этого, гостей ждет корчма «Ласункі ад Зюзі» с оригинальным угощением «Чарка, шкварка салёны агурок» и вкуснейшим чаем, настоянным на травах. Для детей предусмотрен «Пачастунак ад Зюзі». На выставке-продаже «Паазерскія забаўкі» можно приобрести оригинальные сувениры на память. В конце программы гостей ожидает фейерверк.

Многие музеи и этнографические комплексы разработали и применяют на практике анимации на свадебную тему. В Мотольском музее народного творчества экскурсанты познакомятся с важнейшими этапами свадебного действия и проникнут в секреты создания свадебного караваия. Многие музеи проводят театрализованные свадьбы с настоящими женихами и невестами. Для новобрачных устраивается фольклорный праздник с обязательным включением народных игровых и познавательных элементов. Большой опыт организации свадебных торжеств в народном стиле накоплен в Музее материальной культуры «Дудутки».

Один из древнейших белорусских праздников «Гуканне вясны» проводится в Белорусском государственном музее народной архитектуры и быта (Минский район, д. Озерцо). В этот день мелодично и протяжно звучат старинные обрядовые песни-веснянки, которыми зовут весну и птиц, несущих на своих крыльях тепло и солнце. На Вербной горе раскладывают костер, вокруг которого водят хороводы. Во время экскурсии рассказывают о древнем языческом празднике, приуроченном к приходу весны. Экскурсанты становятся непосредственными участниками театрализованного действия. Во время праздника проходят мастер-классы, где можно самим сделать птиц из теста, веночек из бумаги. Гости музея ждут концертная программа, выставка-ярмарка, угощения. Все желающие могут посетить действующую корчму – памятник деревянного зодчества конца XIX века, попробовать там блюда традиционной белорусской кухни.

Свою лепту в обновление подходов к экскурсионным программам уже внес первый в Беларуси Парк истории и культуры «Панскі Маёнтак Сула». Это уникальное место, сочетающее в себе неповторимую атмосферу возрожденной шляхетской усадьбы XVIII века и все удобства современного туристского центра. Здесь используется принцип «исторического погружения», когда история не просто демонстрируется в виде экспонатов, а оживает на глазах посетителей в виде мастер-классов, шоу-программ, арт-экскурсий, познавательно-развлекательных программ, в которых экскурсанты принимают непосредственное участие.

Очень интересно в Парке истории и культуры «Панскі Маёнтак Сула» проводится древнебелорусский «фэст» солнца и равноденствия «Сонцаварот», который приходится на 21 марта. Вот, например, приглашение на фэст, которое служит своеобразной рекламой предстоящего действия:

«Усе зачакаліся Вясны! Усім надакучыла Зіма са снегам, марозам і нават дажджом. Нашы продкі ў гэты час пачыналі Гукаць Вясну. Мы будзем адпавядаць традыцыям, будзем запрашаць маладую багіню-прыгажуню Лялю, якая абудзіць прыроду і прывядзе за сабой Вясну і цяпло. Ляля, як сімвал юнацкай свежасці, дзявочай прыгажосці, існавала ў пантэоне нашых продкаў у даўнія часы... Пад гукі вяснянак ад этнічнага гурта «GUDA» можна будзе адчуць сваю еднасць з традыцыямі і прыродай. Галоўнай падзеяй дня будзе выпяканне самага вялікага нішчымнага драніка «Сонцаварота». Кожны ўдзельнік свята зможа атрымаць кавалачак «Сонцаварота» і, такім чынам, атрымаць сваю порцыю добра і святла на наступны год...».

В этой же усадьбе разработаны экскурсионно-познавательные развлекательные программы для детей и взрослых. Здесь можно познакомиться с действующей оружейной кузницей, мастерской

по колке валунов, сторожевой башней XII-XIII веков на берегу реки Сула, старинным панским парком, работает сабельная школа. В ресторане этнической кухни «Вясёлы Пан» можно отведать блюда, изготовленные по старинным рецептам. Желающие смогут увидеть окрестности Сулы с высоты птичьего полета на музейном вертолете.

В Купаловском заповеднике «Вязынка» с успехом проходит праздник «Купалле». Для белорусского народа это традиционно один из самых любимых летних праздников. Его традиционными элементами являются прыжки через костер, пускание венков и поиски волшебного цветка папоротника. Еще один праздник «Ідзе Багач багаты» – праздник урожая, вековая традиция встречи щедрой осени. «Багачом» называли также сито или «лубок» с рожью «жытам» и свечой («жыта» намолачивали с первого зажиночного снопа и сносили по горсти с каждого двора). С «багачом» обходили все подворья в деревне. После праздника его ставили в доме самого уважаемого в деревне хозяина и оставляли до следующего сбора урожая, а за это он угощал участников торжественного обхода. Народ верил, что «багач» приносит в дом богатство и счастье. На таком «фэсте» можно послушать «дажинковые песни», принять участие в народных играх, забавах, мастер-классах, отведать ржаной хлеб, молодой мед и продегустировать разнообразные блюда народной кухни.

В числе популярных инноваций можно смело назвать ролевые игры на исторические темы, которые проводятся в музеях и музейных комплексах, как в исторических интерьерах, так и на фоне архитектурных памятников. Экскурсантам предлагается выбрать себе костюм эпохи, в которую они собираются совершить путешествие, и представить себя, например, в роли средневекового рыцаря, княжеской особы и т.д. Согласно эпохе, экскурсанты участвуют в турнирах, пробуют свои силы в овладении правилами придворного этикета. Ролевые игры сопровождаются познавательной исторической экскурсией. Например, Рыцарский турнир в Острошицком Городке. Здесь проходит Международный фестиваль «Белый замок». Сюда на несколько дней приезжают шляхтичи и викинги, прекрасные дамы в нарядах, стилизованных под эпоху средневековья.

Гостей фестиваля два дня развлекают на средневековый лад. Рыцари устраивают зрелищные сражения, по традиции посвящая победу даме сердца. Алебардисты пытаются выбить противника из седла. А во время бугурта закованные в доспехи воины, вооруженные по последнему слову средневекового военного искусства, отчаянно сражаются стенка на стенку. Лучники не только показывают свое мастерство и меткость, но и помогают желающим освоить стрельбу из лука.

После сражения приходит время танцев и развлечений: прекрасные дамы щеголяют средневековыми нарядами, звучат лютня, флейта, волынка и колесная лира, кавалеры и дамы склоняются в поклоне и начинаются плавные, наполненные тайным смыслом танцы ушедших эпох.

Во многих старинных усадьбах появились инновационные программы, которые можно объединить понятием «живой музей». Оживление экспонатов происходит путем включения в экскурсию оригинальных концертных программ, соединение музейной экспозиции с ремесленно-художественными мастерскими, где экскурсанты могут попробовать свои силы в традиционных ремеслах. В качестве примера «живого музея» можно назвать агротуристический комплекс «Гарадзенскі маёнтак Каробчыцы». При всей эклектичности данного объекта, вызывающей много справедливых нареканий историков, искусствоведов и экскурсоводов, его несомненными плюсами являются настоящая конюшня с лошадьми, мини-ипподром, где можно ощутить себя седоком, конные прогулки в дилижансах, много радости посетителям доставляет и миниатюрный зоопарк.

Программы с «оживлением» прошлого меняют устоявшееся отношение к неподвижным музейным экспозициям, привлекают в музей детей и молодежь. Благодаря активным играм, развлечениям и запоминающимся зрелищам устанавливается связь молодого поколения с историко-культурным наследием минувших эпох, пробуждается интерес к истории своего народа и страны.

За последние 20 лет в Беларуси открыто много разнообразных по тематике музеев, как государственных, так и частных. Многие из них являются инновационными по своей тематике и содержанию. В деревне Бездеж Дрогичинского района создан музей «Бездежскі фартушок», который посвящен одному, но очень важному элементу традиционного женского народного костюма – фартучку. Коллекция бездежских фартучков данного музея составляет около трехсот экземпляров, при этом вышитый или сделанный в технике мережки узор ни одного из них не повторяется.

В Минске при управлении МЧС действует музей пожарного дела. Экспозиция этого общественного музея содержит множество технических устройств и посвящена истории создания и развития системы пожаротушения в городе. Пользуются популярностью музеи железнодорожного транспорта в Бресте и Барановичах. В Лидском замке появилась экспозиция, посвященная средневековым пыткам и различным способам наказания преступников. В Бресте в музее «5 форт» экскурсанты могут погрузиться в кромешную подвальныйю тьму этого фортификационного объекта.

Инновации присущи не только музейным, но и традиционным комплексным экскурсиям. Назначение инноваций в данном случае - продлить видеоряд, наполнить его новыми яркими, по возможности нестандартными элементами и объектами. Важное значение для успеха экскурсий имеет разнообразие их программ, использование в них разных способов передвижения, поиск необычных форм и способов подачи материала. В экскурсии «Полесский венок» присутствует такой элемент, как паромная переправа через реку Пину. Маршрут экскурсии проходит по левому берегу реки и прямой необходимости в переправе на правый берег нет. Однако переправа через Пину, которая осуществляется на ручном пароме с участием самих экскурсантов, давно превратилась в настоящую аттракцию и украшает, делает запоминающейся и необычной данную экскурсию.

Очень популярны в комплексных экскурсиях угощения и дегустации. На старинной пасеке в деревне Качановичи показ бортей, колод и различных приспособлений, связанных с пчеловодством, завершается дегустацией различных видов меда и продуктов, сделанных на его основе.

Комплексные познавательные экскурсии нередко сочетаются с элементами отдыха – пешеходными, теплоходными и другими прогулками. В обзорную городскую экскурсию по историческим местам города включается посещение местного ботанического сада с лимонарием или оранжереей орхидей. Такие включения помогают экскурсантам получить наибольший объем интересной и познавательной информации и в то же время отдохнуть, приобщиться к прекрасному миру природы.

Во многих странах мира учреждены премии за разработку и внедрение инноваций в сфере туризма и экскурсий. В Германии конкурс инновационных проектов проходит на протяжении нескольких последних лет; в нем принимают участие, как солидные известные туристские фирмы, так и новички в этом бизнесе. Победители имеют право использовать в своей рекламной символике логотип лауреата и бесплатно получать профессиональную помощь специалистов по внедрению и реализации нововведений на туристском рынке. Инновационные проекты оцениваются по многим критериям, главными из которых являются творческий подход, оригинальность и новизна идеи, востребованность на туристском рынке.

Белорусские туроператоры в качестве инновационного элемента включили в некоторые традиционные экскурсии розыгрыши праздничных беспроигрышных лотерей или вручение подарков, памятных сувениров и т.п. Отдельные экскурсоводы учредили собственные призы для внимательных и заинтересованных экскурсантов и активно используют этот прием в экскурсиях со школьниками и студентами. В качестве призов выступают рекламные проспекты, туристические карты, значки, сувениры, которые в ряде случаев можно получить бесплатно в туристско-информационных центрах. Классическую экскурсию по городу нередко дополняют посещением аквапарков, зоопарков, парков-аттракционов и других развлекательных объектов. В дни весенних школьных каникул в Минском зоопарке предлагается экологическая программа «Мартовские коты», посвященная семейству кошачьих и наполненная различными творческими конкурсами и викторинами.

Все большую популярность в последнее время набирают виртуальные экскурсии. Это легко объяснить, ведь сегодня многие люди, особенно представители молодого поколения, проводят значительную часть своего досуга у экрана компьютера, и виртуальные путешествия для них – возможность провести это время с пользой. С помощью виртуальных путешествий можно попасть в любой уголок земли, в самые интересные музеи, осмотреть уникальные исторические и природные объекты. Виртуальные гиды предоставляют такому «путешественнику» максимум информации об истории страны, города, природного парка, музея.

Многие музеи мира создали свои собственные виртуальные экскурсии, в ходе которых каждый желающий может осмотреть экспозицию, побывать на редкой выставке, подробно ознакомиться с уникальными экспонатами по любой тематике. Все виртуальные экскурсии снабжены многочисленными фотографиями и краткими описаниями объектов показа. В Беларуси виртуальные экскурсии проводятся в музее Марка Шагала в Витебске. Широкий отклик получила виртуальная экскурсия по Борисову советской эпохи, которая стала ностальгическим экскурсом в годы детства и юности многих борисовчан.

В экспозициях некоторых музеев установлены компьютерные сенсорные экраны, с помощью которых любой посетитель может ознакомиться с историей создания музея, получить информацию о каждом интересующем его экспонате. Иногда компьютерный гид «сопровождает» экскурсантов, рассказывая о каждом зале экспозиции с установленных там мониторов. Примером может быть Государственный литературный музей Янки Купалы в Минске.

В государственном историко-культурном учреждении «Гомельский Дворцово-парковый ансамбль», Национальном историко-культурном музее заповеднике «Несвиж», Музейно-замковым

комплексе «Мирский замок» и других крупнейших музеях активно применяются аудиогиды (аудиопомощники) на русском и иностранном языках. Аудиогид, предполагающий последовательный и логический законченный рассказ, называют аудиоэкскурсией. Аудиогиды широко распространены за рубежом. Они во многом решают проблему языкового барьера, весьма актуальную в связи с развитием международного туризма не только для Беларуси, но и многих других стран, являющихся привлекательными туристскими дестинациями.

Подводя итог вышесказанному, следует подчеркнуть, что повышение эффективности туризма в Республике Беларусь невозможно без внедрения в практическую экскурсионную и туристическую деятельность разнообразных инноваций. Они послужат расширению культурной базы исторического наследия, дадут новые формы его интерпретации, помогут перевести на новый качественный уровень туристский сервис и в конечном итоге позволят успешно конкурировать в сфере культурно-познавательного туризма с другими странами и регионами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Матюхина, Ю.А. Экскурсионная деятельность / Ю.А. Матюхина, Е.Ю. Мигунова. – М. : «Альфа-М», 2011.
2. Добрина, Н.А. Экскурсоведение / Н.А. Добрина. – М.: ФЛИНТА, 2012.

INNOVATIONS IN EXCURSION ACTIVITY

N.A. CHIRSKY, T.A. KHVAGINA

Summary

This article is devoted to a problem of creation and introduction of the innovations of various character directed on increase of competitiveness of a tourist's product, as well as satisfaction of inquiries and expectations of various categories of tourists in practical excursion activities. There are the main classification signs of innovations in tourist activity are considered, as well as examples of innovative approaches to the content and a form of excursions are given and analyzed, recommendations about improvement of museum, city, country and complex excursions by modern innovative solutions are provided in this article.

© Чирский Н.А., Хвагина Т.А.

Поступила в редакцию 22 сентября 2015г.