

Кузьменко М. А., студент 401А группы
дневной формы обучения
Научный руководитель – Якимович В. С.,
кандидат педагогических наук

КВЕСТ-ЭКСКУРСИЯ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД В ПРОДВИЖЕНИИ ЭКСКУРСИОННОГО ПРОДУКТА

Экскурсионная индустрия постоянно стремится к инновациям, особенно в контексте растущего спроса среди молодежи на нестандартные и интерактивные формы отдыха. В последние годы одним из наиболее ярких примеров таких инноваций стал формат квест-экскурсий. Этот уникальный формат организации экскурсий объединяет в себе элементы игры и познавательных моментов, призванных обогатить опыт посетителей. Заметно возрастающий интерес, особенно среди молодежи, к подобным нестандартным форматам экскурсий, свидетельствует о необходимости рассмотрения квест-экскурсий как инновационного инструмента в продвижении экскурсионного продукта.

Анализ литературы показал, что данному вопросу посещено множество научных работ. Нами было выявлено что под квест-экскурсией следует понимать «услугу по организации посещения специально отобранных объектов экскурсионного показа, предполагающая наличие сюжетной линии и препятствий в форме различных задач, головоломок, игр, разгадывая которые участники знакомятся и изучают конкретные объекты посредством использования имеющихся знаний, наблюдения и общения с другими субъектами» [2]. В отличие от традиционных экскурсий, квест-экскурсия предлагает посетителям стать участниками приключения, где каждый шаг и

решение ведут к новому открытию. Она позволяет посетителям самостоятельно исследовать музейные залы, активно взаимодействовать с экспонатами, участвовать в интересных заданиях, находить скрытые подсказки и решать головоломки, чтобы продвигаться по заданному сюжету и маршруту экскурсии.

Т. е. квест-экскурсия представляет собой инновационную форму экскурсионного продукта, которая не только эффективно сочетает в себе игровые и познавательные элементы, но и объединяет в себе ключевые элементы как квеста, так и экскурсии. Например, во-первых, временной промежуток, отведенный на проведение экскурсионного квеста, может варьироваться в пределах от часа до полного дня, что обеспечивает участникам возможность глубокого погружения в тему исследования. Во-вторых, организация маршрута и заданий выполняется квалифицированным специалистом-экскурсоводом, который гарантирует правильное введение в контекст и направление проведения квеста, причем ясно сформулированная тема или легенда выступает как основной ориентир для участников, определяя направление движения и структуру исследования. В-третьих, осмотр экскурсионных или музейных объектов наполняет участников первичными зрительными ощущениями, создавая особую атмосферу исследования, а знакомство с экспозицией и объектами предметного мира углубляет понимание темы и обогащает знания участников. В-четвертых, наличие конечной цели стимулирует участников преодолевать препятствия и успешно выполнять поставленные условия, что придает квест-экскурсии целостность и направленность. Таким образом, можно заключить, что такая форма экскурсии привлекает внимание различных возрастных групп, от детей до взрослых. Она стимулирует активное участие посетителей, развивает их логическое и творческое мышление,

коммуникативные навыки, а также способствует более глубокому погружению в изучение информации представляемой экскурсоводом с пониманием ее значения и контекста.

Сущность квест-экскурсии проявляется в том, что она предлагает участникам не просто пассивно впитывать информацию, представляемую экскурсоводом, а активно взаимодействовать с ней через участие в заданиях и решении проблем.

В контексте организации квест-экскурсий значительную роль играет эмоциональная составляющая, которая является важным компонентом игрового процесса. Эмоциональная составляющая способствует более глубокому восприятию информации и усвоению знаний, поскольку создает атмосферу вовлеченности и эмоционального взаимодействия с окружающей средой. Эмоциональный аспект игры в квест-экскурсии позволяет участникам не только получать фактическую информацию, но и переживать эмоциональные состояния, что делает процесс познания более запоминающимся и эффективным.

Анализ литературы показал, что существует большое количество классификаций квест-экскурсий. Например, К. В. Кулаев в своем учебном пособии «Экскурсионная деятельность: теоретические и методологические основы» предлагает проводить экскурсионные квесты в форме:

- квест-экскурсии с непосредственным участием экскурсовода (в этом случае каждое задание экскурсовод (ведущий, аниматор) выдает лично);

- безличной квест-экскурсии (в этом случае участники получают на руки сразу весь квест-маршрут);

- квест-экскурсии с дистанционной выдачей заданий (в этом случае участники получают задания при помощи смартфона/планшета,

либо 19 производят поиск заданной точки при помощи GPS-навигатора (мобильные квесты)) [1, с. 46].

С. О. Кургина, М. Г. Копцева, В. И. Суржиков в своей статье «Квест-экскурсия как инновационная форма экскурсионного продукта» предлагают в качестве оснований классификаций выбрать форму проведения и содержание квест-экскурсии [2]. Авторы считают, что по форме проведения квест-экскурсии можно подразделить на квест-экскурсию с участием экскурсоводов и на безличную квест-экскурсию (мобильный квест и квест-маршрут), а по содержанию квест-экскурсии делятся на: обзорные и тематические (детективные, приключенческие, исторические и спортивные).

Однако квест-экскурсия является не только инновационной и увлекательной формой экскурсионной деятельности, которая привлекает посетителей разных возрастов и уровней интересов, но и мощным эффективным инструментом для продвижения экскурсионного продукта. Они являются инновационным и привлекательным подходом к продвижению экскурсионного продукта по следующим ключевым аспектам:

– уникальный формат привлечения внимания (уникальный формат квест-экскурсий представляет собой не просто способ познания окружающего мира, но и захватывающее приключение, которое подходит для широкой аудитории и создает неповторимый опыт для каждого участника, делая продукт более привлекательным для потенциальных клиентов, особенно для тех, кто ищет новые и необычные формы развлечений и познания);

– расширение целевой аудитории (благодаря своей интерактивной и игровой природе, квест-экскурсии привлекают широкий спектр аудитории, включая молодежь, семьи с детьми, группы друзей и

корпоративные компании, позволяя тем самым расширить потенциальную клиентскую базу и увеличить спрос на экскурсионные услуги);

– социальное взаимодействие (квест-экскурсии стимулируют социальное взаимодействие между участниками, что делает их привлекательными для групповых поездок, командного времяпрепровождения и организации корпоративных мероприятий, причем в контексте квест-экскурсий, социальное взаимодействие проявляется на нескольких уровнях: 1) групповой активности, так как квест-экскурсии часто проводятся для групп людей, будь то семьи, друзья, коллеги или незнакомцы, собранные вместе для общего опыта и в процессе игры группа вынуждена работать вместе, обсуждать стратегии, решать задачи и достигать общих целей, что и способствует укреплению взаимоотношений, развитию коммуникационных навыков и формированию дружественной атмосферы; 2) взаимодействие с персоналом, так как во многих квест-экскурсиях персонал, играющий роли персонажей или гидов, активно взаимодействует с участниками, предоставляя подсказки, оказывая помощь и создавая атмосферу приключения, что создает ощущение вовлеченности и участия в игре, а также способствует формированию позитивного отношения к проводимому мероприятию; 3) обмену опытом, так как участники квест-экскурсий часто имеют возможность обмениваться знаниями, опытом и впечатлениями с другими участниками которое может включать в себя обсуждение исторических фактов, размышления о решениях задач или даже просто обмен впечатлениями от проведенного времени, тем самым не только обогащая участников, но и способствуя формированию сообщества, увлеченного квест-экскурсиями; 4) создание эмоциональных связей, так как общее участие в захватывающем

приключении, решение задач и преодоление препятствий создает особые эмоциональные связи между участниками, которые в дальнейшем могут привести к формированию долгосрочных дружеских связей или укреплению существующих отношений);

– маркетинговый потенциал (квест-экскурсии не только создают преимущество перед традиционными экскурсиями и могут быть адаптированы под различные целевые аудитории, привлекая разнообразные категории потенциальных клиентов, но и, во-первых, предоставляют отличные возможности для продвижения деятельности учреждения через социальные медиа и онлайн-платформы, так как участники могут делиться своими впечатлениями от игры, фотографиями и видео в социальных сетях, создавая органическую рекламу и привлекает новых клиентов, во-вторых, могут быть использованы для установления партнерских отношений с другими местными бизнесами и организациями, например, местными ресторанами, отелями или магазинами, которые заинтересованы в привлечении новых клиентов, в-третьих, могут стать частью брендинговой стратегии, создавая узнаваемый и запоминающийся образ, так как уникальные сценарии и маршруты могут стать характерными чертами бренда, помогая дифференцировать учреждение на рынке и привлекать внимание клиентов).

Таким образом, нами была выявлена сущность квест-экскурсии и определены ее основные аспекты как инновационного и привлекательного подхода к продвижению экскурсионного продукта.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Кулаев, К.В. Экскурсионная деятельность: теоретические и методологические основы [Текст]: учеб. пособие / К. В. Кулаев. – М.: Турист, 2014. – 96 с.
2. Кургина, С. О., Копцева, М. Г., Суржиков, В. И. Квест-экскурсия как инновационная форма экскурсионного продукта/ С. О. Кургина, М. Г. Копцева, В. И. Суржиков // АНИ: экономика и управление. – 2017. –№3 (20). – С.231–234.

Кузьмина Д. Л., студент 301 группы
дневной формы обучения
Научный руководитель – Балодис Ю. Г.,
кандидат культурологии, доцент

КОММУНИКАТИВНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ ТЕАТРОВ БЕЛАРУСИ

Современное общество невозможно представить без многомерной коммуникации. Сущность коммуникации заключается в передаче и восприятии информации в условиях межличностного и массового общения по разнообразным каналам при помощи различных коммуникативных средств [3, с. 122]. Одним из проявлений коммуникативного влияния на социальные аспекты нашего существования стало появление такого современного понятия как «коммуникативный менеджмент».