

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Уральский государственный лесотехнический университет»  
(УГЛТУ)

**А. В. Березина**

**КОММУНИКАТИВНЫЕ ОСНОВАНИЯ  
ЭКСКУРСИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:**

**КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ**

Учебное пособие

Екатеринбург  
УГЛТУ  
2024

УДК 304.44:008:338.48(075.8)

ББК 81.432.1я73

Б79

Рецензенты:

кафедра культурологии и социально-культурной деятельности УрФУ им. первого Президента России Б. Н. Ельцина, доцент, канд. культ. наук *Р. М. Николаев*;

*В. М. Калинина*, канд. культ. наук, зав. научно-просветительским отделом МАУК «Екатеринбургский музей изобразительных искусств»

**Березина, Анна Валерьевна.**

Б79

Коммуникативные основания экскурсионной деятельности: культурологический анализ : учебное пособие / А. В. Березина ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский государственный лесотехнический университет. – Екатеринбург : УГЛТУ, 2024. – 106 с.

ISBN 978-5-94984-914-9

Учебное пособие «Коммуникативные основания экскурсионной деятельности: культурологический анализ» поддерживает самостоятельную работу студентов по курсу «Экскурсоведение». В пособии теоретически анализируется с позиций культурологии экскурсионная деятельность с включением её практических аспектов как видов культурных коммуникаций. Данное учебное пособие поможет использовать методы и средства культурологического анализа при разработке экскурсий в сфере туризма. Подчеркивается роль экскурсий как формы культурных коммуникаций и структурирование обмена коммуникативными намерениями, что позволяет переосмыслить роль практик в формировании экскурсионной деятельности.

Предназначено для обучающихся, осваивающих образовательные программы по направлению «Туризм», профиля «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг» очной и заочной форм обучения.

Издается по решению редакционно-издательского совета Уральского государственного лесотехнического университета.

УДК 304.44:008:338.48(075.8)

ББК 81.432.1я73

ISBN 978-5-94984-914-9

© ФГБОУ ВО «Уральский государственный лесотехнический университет», 2024

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение .....	4
Глава 1. Понятие экскурсионной деятельности .....	6
1.1. Экскурсионная деятельность и реальность .....	6
1.2. Социокультурные основания экскурсионной деятельности .....	8
1.3. Структура экскурсионной деятельности .....	10
1.4. Уровневый анализ экскурсионной деятельности .....	14
Глава 2. Характеристика экскурсионной деятельности как вида социокультурных коммуникаций .....	19
2.1. Исторический экскурс в развитие экскурсионной деятельности в России .....	19
2.2. Социокультурные аспекты экскурсионной деятельности .....	27
2.3. Проблема коммуникативного взаимодействия «экскурсовод – экскурсионный объект – экскурсант» .....	31
2.4. Проблема коммуникативного взаимодействия «экскурсант – экскурсовод – социум» .....	37
Глава 3. Социокультурные модели коммуникативных технологий в экскурсионной деятельности .....	64
3.1. Манипулятивная модель .....	64
3.2. Модель общественного информирования .....	68
3.3. Модель социального взаимодействия .....	69
Заключение .....	81
Вопросы для контроля .....	84
Тестирование .....	85
Список использованных источников .....	98
Список рекомендуемой литературы .....	103

*С благодарностью к Людмиле Аркадьевне Шумихиной,  
доктору философских наук, профессору кафедры  
культурологии и социально-культурной деятельности,  
Уральский федеральный университет*

## **ВВЕДЕНИЕ**

Данное учебное пособие посвящено теоретическому анализу экскурсионной деятельности с включением ее практик как видов культурных коммуникаций. Экскурсионная деятельность началась с зарождением цивилизации, с того момента, когда общество стало осознавать само себя в качестве объединения людей, обладающих особой им свойственной культурой и историей и проживающих на определенной географической территории. Уже в Древнем мире не только скульптуры, архитектурные памятники, но и значимые природные объекты (реки, водопады, горы, возвышенности и т. д.) становятся говорящими символами истории и культуры, развивают и укрепляют коммуникативные основания общества, передавая культуру как из поколения в поколение, так и совершая обмен в межкультурном пространстве.

Читатель не найдет в данном пособии разработки тематических экскурсий, но предлагаемый для изучения конструкт позволит применить часто упускаемые из вида методы и средства для разработки востребованных в сфере туризма экскурсий. Как определение экскурсий формами культурных коммуникаций, так и построенная структура обмена коммуникативными интенциями дает возможность по-новому взглянуть на роль тех или иных практик формирования экскурсионной деятельности, выделить ее проблемное поле.

Итак, первая глава учебного пособия посвящена определению понятия экскурсионной деятельности. Экскурсии, по мнению автора учебного пособия, сопровождают любой культурный обмен, происходящий в определенном пространстве, сопровождающийся показом и/или просмотром объектов культурного назначения.

В рамках культурологического анализа экскурсионной деятельности особое внимание уделяется понятию культуры, принимаемому

за рабочее, в котором культура – это уникальная система взаимодействия человеческих общностей в целом и человека в частности с окружающим его природным и социальным миром, которая формируется в результате исторического, социального и географического развития. Она служит средством адаптации людей к переменам и передачи накопленного опыта и ценностей будущим поколениям.

Особенности культуры не только проявляются в решающих, определяющих дальнейшую судьбу этноса или человека [1] исторических событиях, но и трансформируются, обрабатываются. Таким образом, проявляются характеристики фундаментального уровня культуры. Это, в первую очередь, взаимосвязи элементов данной системы, составляющие мировоззренческую основу и определяемые смысло-жизненными ценностями и ценностными ориентирами. В повседневной жизни они отражены в символах и знаках, реализующихся как в практической деятельности, так и в материальном мире вещей. При этом только практическая деятельность самих поколений на протяжении веков определяет значимость сохранения этих смысло-жизненных ценностей и трансляции ценностных ориентиров, и таким образом их устойчивость.

Во второй главе для понимания проблем взаимодействия экскурсовода с экскурсантами, анализа составных элементов этого взаимодействия дается пример краткого экскурса в историю развития экскурсоведения в России. И только после этого рассматривается структура самого взаимодействия, что позволяет составить в дальнейшем прогнозирование результативной той или иной экскурсионной деятельности, понимать, как правильно построить социологическое или маркетинговое исследование.

Рассматриваемые в третьей главе три модели экскурсионной деятельности представлены как примеры различного построения экскурсионных техник в зависимости от поставленной цели при достижении результата.

При написании учебного пособия использовались работы авторов, изучающих коммуникацию, статьи и учебники по экскурсоведению, культурологии, теории и практике культурного туризма.

Для контроля усвоения материала в конце каждой главы учебного пособия представлены вопросы для самоконтроля и тестирование.

## Глава 1

### ПОНЯТИЕ ЭКСКУРСИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

#### 1.1. Экскурсионная деятельность и реальность

Определимся с понятием «экскурсионная деятельность». Слово «экскурсия» происходит от латинского “*excursion*” (поездка, вылазка). Энциклопедии определяют экскурсию «как посещение достопримечательных чем-либо объектов (памятники культуры, музеи, предприятия, местность и т. д.), форму и метод приобретения знаний. Проводится, как правило, коллективно под руководством специалиста-экскурсовода» [2, с. 638]. Более лаконичные определения даются в различных толковых словарях, словарях иностранных слов [3]. Во всех пособиях по ведению экскурсий отмечаются три составляющих экскурсии: экскурсионный объект, экскурсовод и экскурсант.

К сожалению, данное определение не дает возможности проанализировать сущностные силы, как самой экскурсии, так и всей экскурсионной деятельности, выявить ее основания и внутренние причинно-следственные связи, которые возможно познать через правильно подобранный понятийно-категориальный аппарат.

Так, для анализа и понимания специфики экскурсионной деятельности введение понятия реальности предоставляет нам возможность глубже понять и оценить значение и воздействие экскурсий на реальный мир и субъективное восприятие людей. Реальность является ключевым аспектом исследования, так как экскурсии, будучи непосредственным опытом и взаимодействием с реальными объектами, местами и событиями, оказывают существенное влияние на формирование знаний, представлений и впечатлений участников экскурсии.

Анализ реальности в рамках экскурсионной деятельности помогает понять, как экскурсии влияют на осознание и интерпретацию реального мира участниками. Это позволяет нам исследовать, каким образом экскурсии формируют представления о культуре, истории, природе и других аспектах реальности, как эти представления влияют на наше понимание мира и наше поведение. Социокультурная реальность, отражаясь через экскурсионную деятельность, предстает в качестве совокупных возможностей этой же реальности.

Категория реальности позволяет нам оценить аутентичность и достоверность информации и материалов в экскурсиях. Анализ реальности помогает выявить и оценить, насколько достоверно и точно

передаются факты, события и контекст в рамках экскурсионной деятельности.

Введение категории реальности расширяет наше понимание о значимости экскурсий и их роли в формировании знаний, представлений и впечатлений участников, а также помогает оценить достоверность и аутентичность представленной информации в рамках экскурсий.

Таким образом, при проектировании и создании экскурсий важно, как процесс познания на экскурсиях опосредуется самой реальностью, как видоизменяется экскурсионная деятельность в результате познания. Тем более, что наши представления о реальности не только изменяются в зависимости от широты и глубины познания, но и детерминированы социокультурными установками. И если соотнести данное положение с изменениями социокультурной реальности, то ставится вопрос о характере и степени влияния экскурсионной деятельности на изменения этой реальности и наоборот, влияние трансформаций реальности на степень изменения экскурсионной деятельности. Чтобы ясно представить данный процесс, выделим два уровня экскурсионной деятельности.

*Первый уровень*, как будет показано ниже, связан с формированием идеального образа экскурсии (идеальной социокультурной реальности) как результата восприятия экскурсантами информации через экскурсионные объекты. Процесс перехода воспринятой «идеальной» социокультурной реальности (то есть субъективной реальности) из сферы возможного в сферу действительного, имеющего соответствующую материальную выраженность в дальнейшей жизни индивидов и общества, происходит через социокультурную деятельность индивидов в процессе их трудовой жизнедеятельности и создании материальных благ (рис. 1).



Рис. 1. Трансформация социокультурной реальности

*Второй уровень* связан с самим понятием экскурсии как формы отправляемого культурного сообщения-информации, наполненного соответствующим коммуникативным содержанием, сущностью. Здесь экскурсионные объекты заранее подбираются уже под сформированные и существующие идеологические конструкторы (рис. 2).



Рис. 2. Экскурсия как форма социокультурного сообщения-информации

На *третьем уровне* на формирование идеального образа экскурсии (субъективной реальности) оказывают влияние как увиденное и воспринятое самостоятельно экскурсантом, так и заранее сформированная социокультурная установка. Субъективная реальность находится в тесной связи с социокультурной реальностью, и эта связь выражается через «вещи-символы».

«Символ для нас, во-первых, это то, что не просто соотносится с содержательностью сознания, а та конкретная вещь, которая конкретно и вещественно соотносится с чем-то определенным в содержательности сознания» [4, с. 130]. В экскурсии данное соотношение предстает перед нами достаточно наглядно: каждый экскурсионный объект выступает не только в своих предметных характеристиках, но и как материальная презентация конкретного сообщения-знака, символ определенной культуры.

## 1.2. Социокультурные основания экскурсионной деятельности

Введение категории «социум» позволяет рассмотреть экскурсию как социокультурный феномен. Социум создает (или не создает) условия для экскурсионной деятельности в сфере формирования и транслирования культуры. При этом существует определенная

сложность понимания такой категорий как «социум» и связанной с ним «социокультурной реальности».

Социум понимается в данном случае нами как особая, высшая ступень развития живых систем, которая проявляется в функционировании и развитии социальных организаций, институтов, групп, в движении классовых и других социальных противоречий. «...Социум может определяться как нечто возникающее из жизни людей, а может быть представлено и как нечто отдельное от жизни, ее обуславливающее и даже предопределяющее» [5]. Амбивалентность данной категории помогает по-новому подойти к разбору понятия экскурсионной деятельности.

Социум имеет определенный объем культурного информационного ресурса. Социум аккумулирует в себе накапливаемую культурную информацию, способы ее обработки, хранения и развития, благодаря амбивалентным характеристикам по отношению к индивиду. Вся эта информация, накопленная социумом, имеет свойство (в результате познавательной и коммуникативной деятельности индивидов, исходя из их потребностей) обогащаться новыми смыслами, соединяться с другой и рождать новые информационные структуры, которые опосредованно влияют на структуру самого общества.

Осознание социумом самого себя проявляется в том, что им испытывается потребность в самореализации, самоутверждении. Самореализация и самоутверждение социума связаны с выделением наглядных образов-знаков и символов, которые наиболее понятно, ярко и эмоционально выражают этнокультурные ценности, всё то, что значимо для жизнедеятельности в данной культуре. Здесь знаковая система выступает как определенная проекция общественного сознания. М. К. Мамардашвили отмечал, что «...она оказывается некоторым образом между сознанием, которое “наверху”, и психическим механизмом, который “внизу”» [4, с. 88]. Среди таких знаково-значимых наглядных образов мы можем назвать памятники и монументы, посвященные историческим событиям и личностям, природные, этнокультурные и исторические достопримечательности, архитектурные ансамбли, скульптуры и т. п., нуждающиеся в культурной презентации.

Одним из проявлений этой культурной презентации является такая форма культурной коммуникации как экскурсия. В экскурсии вещь и идея связываются в единое целое и взаимно влияют друг на друга, в результате чего экскурсионная деятельность видоизменяет социаль-

ную реальность в той мере, в какой выраженный в ней идеальный аспект влияет на становление и создание новых вещей и явлений, то есть, в которой форма влияет на сущность бытия.

С учетом вышесказанного, экскурсию можно характеризовать как одну из форм коммуникативной деятельности, отражающей результат, продукт осознания (как продукт деятельности) социумом самого себя через демонстрацию знаков-символов, обозначающих достижения своих членов как в отдельности, так и в их совокупности.

### 1.3. Структура экскурсионной деятельности

Выделение структуры изучаемого предмета и исследование данной структуры методом анализа каждого элемента в отдельности с последующим синтезом полученных результатов обнаруживает связи и зависимости, казалось бы, разрозненных явлений и служит познанию этих явлений. Поэтому обозначим *структуру* экскурсионной деятельности.

1. Объекты экскурсионной деятельности – это человеческая жизнь и ее естественная среда, природа.

2. Субъекты экскурсионной деятельности – социум, экскурсовод, экскурсант, общественная группа (их сознание, их понимание жизни, их идеалы).

3. Сам экскурсионный метод, с помощью которого создаются экскурсионные образы и экскурсионные модели есть продукт общественного развития.

4. Содержание экскурсионных текстов, отражающее мироощущение и мировосприятие авторов экскурсии, условия проведения экскурсий непосредственно зависят от экономической, политической и социальной организации общества.

5. Условия для восприятия экскурсионного материала обусловлены различными формами взаимодействия между экскурсоводом и аудиторией.

Экскурсионная деятельность противоречива и многомерна, она связана с разными сторонами социокультурной жизни.

Экскурсионные объекты – это «свернутая» история социума. «История каждого социума «свернута» в его социокультурном генотипе – в единстве предметных и духовных характеристик деятельности, которое воспроизводится посредством смены поколений как специфическая система объективных значений, выражающих смысл

и направленность развития конкретного общества» [6, с. 68]. Об этом же говорит и Б. Г. Ананьев: «Знаки имеют своим содержанием исторически сложившиеся значения, т. е. знание о явлениях и законах природы и общества, обобщенный практический опыт в виде определенных правил, шаблонов и эталонов поведения» [7, с. 320].

Экскурсионная деятельность должна характеризоваться как любой социальный процесс через, в первую очередь, субъектно-объектные отношения. Под субъектами мы понимаем не только человека, но и социум, конкретную социокультурную группу людей, вступающих в контакт с миром, изменяющих предметную обстановку своего бытия и самого себя, свои качества и силы в процессе решения практических и духовно-теоретических задач.

В итоге, как уже отмечалось, *субъектами* экскурсионной деятельности являются:

1. *Экскурсант*, как в качестве отдельного человека, так и в качестве группы людей, которые по каким-либо причинам стали участниками данной экскурсии.

2. *Определенный социум*, осознающий себя таковым и обращающий свою активность ... на самосовершенствование [8, с. 101]. Социум должен обладать «высокой степенью внутренней организованности и цельности, которые порождают у него воплощающееся в культуре единое сознание и самосознание, едино направленную активность» [8, с. 101]. Активность, в данном случае, сказывается в умении и способности выделить объект человеческого бытия как экскурсионный. При этом следует подчеркнуть, что выделение экскурсионного объекта происходит в результате избирательно, на основе выделяемого социумом принципа социальных действий.

3. *Сам экскурсовод и экскурсионная фирма.*

Объект нами воспринимается как характеристика той реальности, на которую человек обращает свою деятельность или направляет свое познание. Объект есть часть бытия, противостоящая человеку в его познании или деятельности, обуславливающее эту деятельность обстоятельство (обстановка), из которого человек вынужден исходить [9, с. 480]. Мотивы и цели экскурсионной деятельности заключены в сознании субъектов экскурсии. Благодаря анализу целей, которые преследуют субъекты в ходе экскурсионной деятельности, можно выделить несколько типов субъектно-объектных отношений, произвести их градацию. Итак, *объектами* экскурсионной деятельности являются:

1. *Социально-историческая память* общества относительно действий экскурсанта, экскурсовода и общества, выраженная в определенных исторических и культурных памятниках.

2. *Экскурсант* относительно действий экскурсовода.
3. *Экскурсовод* относительно действий общества.
4. *Социум* относительно действий экскурсанта.

Понятия экскурсионный субъект и экскурсионный объект являются парными и соотносительными категориями, каждая из которых имеет смысл лишь в формулируемом или предполагаемом единстве с другой. При этом связь является амбивалентной. Как субъект экскурсии, так и объект экскурсии являются многоуровневыми.

Разберем каждую составную часть субъектно-объектных отношений:

1. Социум как совокупность людей и их связей, возникающих из совместной жизни, – в качестве субъекта. Социально-историческая память общества – в качестве объекта. Выделение экскурсионного объекта происходит в зависимости от потребностей данной общности, которые наитеснейшим образом связаны с миром ее ценностей. Выделение экскурсионного объекта может рассматриваться так же, как преувеличение определенных характеристик, которое можно реализовать за счет отвлечения от несущественных с точки зрения темы характеристик, в пользу значимых на данном этапе развития общества. Только такое преувеличенное воздействие может влиять на в определенной степени инерционные системы, к которым можно отнести массовое сознание. Цель общества – самореализоваться через обращение к своей исторической памяти. «Самопознание – условие самореализации, ее необходимая предпосылка. ...Самопознание и самореализация находятся, следовательно, в диалектическом единстве: одно невозможно без другого» [10, с. 134].

Экскурсовод по отношению к обществу, как субъекту – объект. Амбивалентность на этом уровне присутствует не только в характеристике общества как субъекта, но и в характеристике экскурсовода как объекта и, одновременно, как субъекта, реализовывающегося только в обществе и при помощи общества, каким бы оно ни было. На современном этапе социокультурного развития, к сожалению, экскурсовод предстает зависимым от определенных финансовых группировок в качестве инструмента для организации такой экскурсионной деятельности, которая представляет субъективные интересы этих группировок.

Экскурсионный объект – это объект, который выделяется субъектом в качестве символа какой-либо стороны человеческого бытия. Он выделяется потому, что субъект смог увидеть, выделить его

символическую сторону, определенные символические характеристики, которые в состоянии для нас передать необходимую информацию. Объект, таким образом, «преображается» через субъект в экскурсионный, т. е. символический. «Принадлежащие региональной культуре личности и произведенные в ее рамках артефакты становятся определенным образом маркированными: они получают статус атрибутов данной культуры» [11, с. 89].

2. Экскурсовод, проводящий экскурсии в качестве субъекта и экскурсант, воспринимающий направленные действия экскурсовода в качестве объекта.

Данный уровень связан с вопросом целей, которые желает достичь экскурсовод, включенный в экскурсионную деятельность. Исходя из анализа этих целей, произведя их градацию, можно будет говорить о субъектно-субъектных отношениях или о субъектно-объектных отношениях на данном уровне. Деятельность экскурсовода проходит под знаком самореализации и самоутверждения в обществе. «Самоутверждение личности – процесс индивидуальный по форме, но общественный по содержанию. Утверждая себя, человек одновременно утверждает и других людей, способствует их реализации» [10, с. 150]. «В позитивной трактовке человеческой самореализации ... (деятельность) характеризуется как важный аспект бытия и деятельности людей, как процесс, обеспечивающий постоянное наполнение социального воспроизводства живыми человеческими силами» [12, с. 120]. Наполнение социокультурной деятельности стимулом самореализации человека – условие, без которого социокультурная деятельность не состоится как таковая.

Нас интересует то, как эта самореализация и самоутверждение проходят в экскурсионной деятельности: самореализация и самоутверждение себя, как и в качестве экскурсовода «в» экскурсанте или «через» экскурсанта. В первом случае экскурсант предстает как субъект, и формируются субъектно-субъектные отношения. Во втором случае экскурсант предстает в качестве объекта, инструментария для экскурсовода. Экскурсовод им манипулирует, применяя различные технологии, желание произвести впечатление противостоит желанию вникнуть в сущность потребностей экскурсанта.

3. Экскурсант как участник экскурсионной деятельности в качестве субъекта и социум в качестве объекта. Цель экскурсанта – изучить ту или иную сторону человеческого бытия. Экскурсионные объекты (памятники), их совокупность служат инструментарием для достижения поставленной цели. «Контакт индивида с предметом оказывается,

по сути, его общением с другим человеком, его контактом с человеческими силами, аккумулярованными или преобразованными в предмете» [12, с. 124].

## 1.4. Уровневый анализ экскурсионной деятельности

Разбирая каждый уровень субъектно-объектных отношений, мы видим, что диалектическая взаимосвязь обусловлена целевой установкой. Исследование каждой экскурсионной деятельности должно начинаться с исследования целевой установки, ее формулировки для всех субъектов данной экскурсионной деятельности (рис. 3).

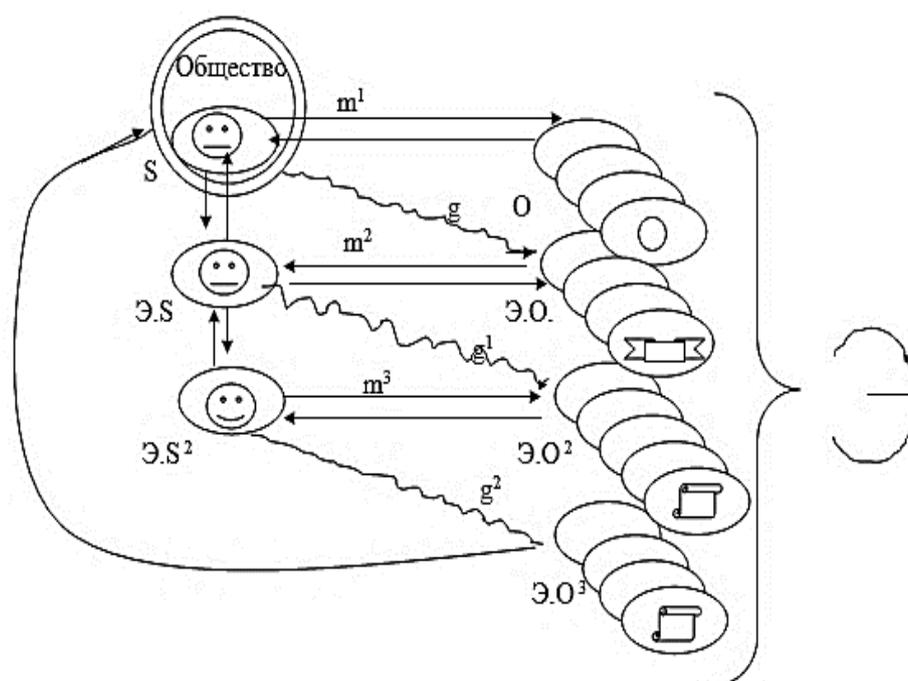


Рис. 3. Уровневый анализ экскурсионной деятельности:

$S$  – социум: этнокультурная, политическая, субкультурная и т. п. общность;  
 $Э.С$  – экскурсовод, экскурсионное бюро;  $Э.С^2$  – экскурсант;  $m$  – передача информации;  $g$  – преобразование объекта в экскурсионный объект;  
 $g^1$  – преобразование невербальной знаковой информации в вербальную;  
 $g^2$  – коммуникативное преобразование;  $O$  – объект с потенциальными свойствами экскурсионного объекта

В динамике все структурные компоненты могут меняться местами. Динамику экскурсионной деятельности придают коммуникативные связи. Понятие процессов «экскурсионный субъект – экскурсионный объект» и «экскурсионный объект – экскурсионный субъект» приобретает совершенно реальное содержание.

Первое выражает то, что объект значит для субъекта. Здесь на первый план выходят ценностные аспекты. Второе выражает то, что представляет объект как текст определенной культуры.

Исходя из существования ценностей на разных уровнях (общечеловеческих, ценностей того или иного социума, группы, класса, семьи, индивида), мы можем выделить и различную притягательность экскурсионных объектов. Ценностно-идеологическое содержание культуры фиксируется в системной связи всех ее слоев, в их взаимном опосредовании и взаимодействии.

Итак, экскурсионная деятельность начинается там и тогда, когда в общественном сознании происходит выделение и выявление какого-либо объекта как *потенциально* экскурсионного (*O*) (см. рис. 3). То есть у основания экскурсии мы фиксируем определенные интенции общественного сознания со свойственным ему мировоззрением. Реализацию мировоззренческих задач осуществляет субъект, задающий направление, осуществляющий социокультурный контроль при создании экскурсионных текстов. Это первый уровень экскурсионной модели.

Под субъектом (*S*), стоящим у основания экскурсионной деятельности, следует подразумевать не только экскурсовода и экскурсионное бюро (хотя они тоже могут им являться), но и, например, определенную партию, общественную или научную организацию, государство.

Далее определяется задача экскурсионной деятельности: раскрыть символику объекта, прочесть его как текст, как сообщение. В представленной модели процесс дешифровки информации, заключенной в экскурсионном объекте, происходит на втором уровне.

Информация понимается в данном случае «как выбор одного или нескольких сигналов, параметров, вариантов, альтернатив и т. п. из многих возможных, и этот выбор должен быть запомнен» [13, с. 92–102]. Согласно историко-культурологическому анализу проблемы многомерности исторического времени, каждая эпоха выдвигает на первый план тот или иной аспект отношения к прошлому. Довольно частое сознательное искажение прошлого происходит под девизом угоды настоящему. «Who controls the past controls the future: who controls the present controls the past» («Кто контролирует прошлое, тот контролирует будущее: кто контролирует настоящее, тот контролирует прошлое») [14, с. 219]. Организация экскурсионных текстов происходит в зависимости от социально-временных отношений к событиям. Пояснение, дешифровка экскурсионных объектов может выходить из узких границ, придавать источнику совершенно иные социальные контексты.

Эту задачу решает экскурсовод (или экскурсионное бюро) в качестве еще одного субъекта экскурсионной деятельности ( $\mathcal{E}.S$ ). Он изучает символику экскурсионного объекта, раскрывает его значимость как символа определенной культуры. Преобразует ( $g^1$ ) невербальные символы в текст, понимаемый в качестве сообщения. Объект принимает форму текста, развернутого в результате исследований экскурсоводом и отправляемого экскурсантам. Экскурсовод имеет свой сугубо личностный мир ценностных ориентаций и, следовательно, потребностей. Но в основном, в обобщающем виде эти ценности и потребности должны быть согласованы с потребностями той общности, чью символику раскрывает экскурсовод. Без экскурсовода заложенная в объектах информация может быть понята неправильно или совсем не воспринята.

Экскурсант ( $\mathcal{E}.S^2$ ) – адресат формируемого и формулируемого через экскурсовода «объекта-сообщения» о той культуре, символом которой и является этот объект. Уровень взаимодействия экскурсанта (с социумом, экскурсоводом, с экскурсионным объектом) – это третий уровень экскурсионной модели. Экскурсант – это еще один субъект экскурсионной деятельности. Он не пассивен. Экскурсант воспринимает через экскурсовода «объект-сообщение», дополняет образами, которые сложились в результате его индивидуальной деятельности, преобразует его ( $g^2$ ), согласно имеющимся социально-культурным, мировоззренческим стереотипам, в неповторимый, идеальный образ и далее отправляет «образ-информацию» в социум, влияя на формирование общественного мировоззрения. Таким образом, символы культуры и коллективных представлений являются не только индикатором, но и катализатором общественно-исторических процессов.

В результате проведенного нами анализа мы можем сделать вывод, что стоящие у основания экскурсионной деятельности идеологические структуры не могут вкладывать в головы людей готовые формулы – «что думать» и «как думать», но могут акцентировать внимание людей на том «о чем думать». Иными словами, экскурсионная деятельность не изменяет отношения и поведения, то есть не воздействует «напрямую» на сознание людей. Однако экскурсионная деятельность способна создавать интерес или озабоченность, а также усиливать понимание, то есть, не напрямую, а опосредованно менять мировоззренческие установки в социуме.

Однако на потребителе, т. е. экскурсанте, экскурсионная деятельность не заканчивается. Движение экскурсии от первого субъекта к последнему – это лишь «нисходящая» ветвь экскурсионного

круговорота. Есть и другая, «восходящая», идущая от идеальных «образов-информаций» к обществу как обратная связь с ним и через него со всеми субъектами экскурсионной деятельности как вида социальной коммуникации.

## *Вывод*

Выделение экскурсионного объекта, изучение, восприятие – есть ход экскурсионной деятельности. Есть сама деятельность, есть связь элементов экскурсии в одно целое. От того, как эта деятельность проходит, от ее целей и задач, которые зависят от аксиологических характеристик мировоззрения субъектов экскурсионной деятельности, от их совпадения на разных уровнях, во многом зависит и сущность самой экскурсии.

В том случае, когда направленность аксиологических характеристик на всех уровнях совпадает, экскурсионную деятельность можно воспринимать как форму деятельности по социальному взаимодействию. В том случае, когда идет несовпадение или разнонаправленность, то стоит говорить о манипуляционных интенциях, которые, независимо от всего имеют все же возможность к преобразованию в деятельность по социальному взаимодействию.

Не следует сбрасывать со счета и прямое, не опосредованное экскурсионной деятельностью, взаимодействие субъектов всех трех уровней, которое так же влияет на формирование представлений экскурсанта об экскурсионном объекте.

В экскурсионной деятельности представляется несколько объектов на каждом уровне. Объединяет их то, что они вместе, как и каждый по отдельности, раскрывают определенную сторону человеческого бытия, т. е. выделены согласно общей тематике. Экскурсионная деятельность на выходе имеет своим результатом идеальный образ экскурсии, который складывается из множественности «образов-информаций», «образов-текстов».

И мы не можем отрицать того, что этот идеальный образ влияет не только на становление ментальности данной общности, формирование общественного сознания, но и на восприятие этой общности со стороны.

## *Вопросы по теме*

1. Какие два уровня экскурсионной деятельности можно выделить?
2. Для чего при анализе экскурсионной деятельности необходимо ввести категорию «реальности»?
3. Какова роль социума при формировании экскурсионной тематики, подбора объектов и текстов?
4. Что такое идеальный образ экскурсии и как он формируется?
5. Назовите субъекты экскурсионной деятельности.
6. Назовите объекты экскурсионной деятельности.
7. Что дает нам для формирования экскурсионной деятельности представленная субъектно-объектная градация?
8. Назовите уровни экскурсионной деятельности.
9. Какую роль играют символы культуры при формировании экскурсионной деятельности?

*Глава 2*

**ХАРАКТЕРИСТИКА ЭКСКУРСИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ  
КАК ВИДА СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

**2.1. Исторический экскурс в развитие экскурсионной  
деятельности в России**

Обращаясь к исследованию истории экскурсионного дела в России, можно, согласно исследованиям информационных потоков, разбить его на этапы.

*Первый этап* – «коллекционный». Социум самоутверждается через своих индивидов, их историю и возможности. Характеризуется началом перехода от традиционного общества к индустриальному. Это Россия XVI – конца XVIII вв. Расцвет частных коллекций, образование первых выставок и музеев. Предметы искусства стали создаваться не только как культовые, но и как объекты для передачи информации от поколения к поколению, как объекты для утверждения своего этноса и своей культуры. Развитие шло от коллекционирования и обмену коллекциями к развитию экскурсий и туризма.

Постепенно экскурсионными объектами становились не только предметы искусства, но и все то, что несет информацию о социуме, о его настоящем, прошлом и будущем.

*Второй этап* – развитие экскурсий как педагогического процесса<sup>1</sup>. Становление его отмечено в трудах Ушинского. Это XVIII–XIX вв. Экскурсии развивают у людей наблюдательность, учат видеть в предметах

---

<sup>1</sup> Известный чешский педагог Ян Амос Коменский отводил важное место наглядности и предметности в системе обучения и воспитания. В России в это время мы видим протест формам схоластического обучения в обществе, ориентацию на наглядность, ценность практических знаний и, естественно, потребность в них как в сфере государственного, так и в сфере индивидуального развития и совершенствования. Все это нашло свое отражение в рекомендации о проведении школьных экскурсий в «Уставе народных училищ» 1786 г. и в «Школьном уставе» 1804 г., где рекомендовалось не только устраивать прогулки на природе, но и посещать мануфактуры, мастерские ремесленников и другие предприятия.

Русский педагог-демократ К. Д. Ушинский обосновал экскурсию как активный метод обучения, позволяющий учиться самостоятельно и свободно мыслить. Его экскурсии выступают в функции педагогического и образовательного процесса, помогают распространять философские, научные, художественные идеи и взгляды.

и явлениях новые стороны, обнаруживать новые связи между ними. Внедрение экскурсий в образовательный и педагогический процесс было огромным достижением для педагогики того времени. Экскурсионная деятельность, как часть образовательного и педагогического процесса получает развитие и в дальнейшем. В начале XX в. видные педагоги, методисты, основываясь на экскурсионной практике, разрабатывают и формулируют основные принципы школьно-экскурсионной методики<sup>2</sup>.

Этот вид экскурсионной деятельности получает широкое развитие и в наши дни [16]. Именно экскурсии как педагогический и учебный процесс выжили и продолжают жить и развиваться в России. Здесь ответ кроется в том, что потребности в наглядном образовании и его практическом применении, которое имеет дело во всех учебных экскурсиях, совпадают на всех трех уровнях экскурсионного процесса, обозначенных в начале первой главы.

Потребность общества иметь носителей не просто абстрактных знаний, а знаний с ярко выраженной практической направленностью создает педагогическую потребность в экскурсионном типе обучения. «Устранению культурного неравенства должно служить образование, организованное так, чтобы, наконец, преодолеть многочисленные предрассудки, гнездящиеся на всех этажах культурной пирамиды – и в умах философов, и в сознании образованных людей, и, тем более, во мнениях народа» [17, с. 26].

В учебном пособии Б. В. Емельянова [18] экскурсии имеют классификацию, которая облегчает педагогическую и предметную специализацию экскурсоводов, создает основу для более успешной методической работы, потому что помогает выделить закономерности их проведения. Основы этой классификации имеют ценность и сегодня, т. к. педагогику в экскурсионном процессе никто не отменял<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup> В 1910 г. выходит книга «Школьные экскурсии, их значение и организация» под редакцией Б. Е. Райкова и Г. Н. Боча. Выходят журналы: «Экскурсионный вестник» (Москва), «Школьные экскурсии и школьный музей» (Одесса), «Русский экскурсант» (Ярославль). Русской православной церковью издаются специальные путеводители-спутники для экскурсантов: «Спутник по Троице-Сергиевской лавре», «Путеводитель к святыне и священным достопримечательностям Москвы и ее окрестностям».

<sup>3</sup> Б. В. Емельянов предлагает следующую классификацию: а) по содержанию (обзорные, или многоплановые, и тематические экскурсии); б) составу участников; в) месту проведения (городские, загородные, производственные и музейные); г) способу передвижения (пешеходные или с использованием различных видов транспорта); д) форме проведения (экскурсия-концерт, экскурсия-прогулка,

*Третий этап* (конец XIX – начало XX вв.) – впервые экскурсии начинают проводиться с целью получения эстетического наслаждения и отдыха.

*Четвертый этап* знаменуется Октябрьской революцией 1917 г. В XX в. в России на арену выходит новый тип экскурсионной деятельности. В экскурсиях решаются соответствующие революционному времени цели и задачи: не просто сообщение через экскурсии определенного круга знаний, но и перевоспитание народных масс, т. е. экскурсионная деятельность, несет ярко выраженную классовую окраску и понимается как наглядный источник для политической пропаганды. Экскурсии и путешествия развлекательного характера предстают неприемлемыми.

Сконструированная тоталитарная идеология советского общества второй половины 20–30-х гг. манифестировала определенную модель мира. А поскольку единственной легализованной информацией была та, которая прошла государственную цензуру, эта, создаваемая государственной властью модель мира, не имела реальной конкуренции. Любые другие сообщения не обладали теми же возможностями распространения, что и исходящие из государственных источников. Экскурсионная деятельность в этот период носит яркий идеологический характер.

Здесь нужно принять то, что на всех уровнях идет непрерывный процесс формирования потребностей и целей в отношении экскурсионной деятельности как таковой. Сверху спускается идеальный, оторванный от реальной жизни символ могущества и процветания. Огромное желание изменить, перестроить свою жизнь, согласно общечеловеческим ценностям, влечет индивидов к познанию этих символов, к слиянию их текстового и информационного сообщения со своим ценностным миром, восприятию их как своего собственного, реального. И, как ни странно, эти идеальные образы информации, возвращаясь в социум, преобразовывали его жизнь, изменяли его аксиологические и праксеологические характеристики. Формирование общественного мнения предполагало целенаправленное воздействие социальных институтов, связанных с духовным производством.

Поэтому в Советском Союзе придавалось огромное значение пропаганде и агитации, а также исследованиям в этой сфере. Вплоть

---

экскурсия-обсуждение, экскурсия-массовка, экскурсионный спектакль, учебная экскурсия, экскурсия для специальной аудитории, путевая экскурсионная информация).

до начала 90-х гг. любые коммуникации, в том числе и экскурсионные, рассматривались исключительно с точки зрения воздействия и изменения аксиологических и праксиологических ориентаций населения. Экскурсионный текст должен был строиться на замене одной информации другой, замалчивании невыгодных для коммуникатора ситуаций. Впоследствии, такой подход будет реализовываться в манипулятивной модели экскурсионной деятельности. Тогда же это было типичной пропагандистской ситуацией. Об этом свидетельствует обилие научных трудов по теории и практике пропаганды<sup>4</sup>. В это время выходят основополагающие труды теоретиков экскурсионного дела: Р. А. Дьяковой, Б. В. Емельянова и др.

Постепенно в середине XX в. идеологическая направленность со стороны государства в целях формирования мировоззрения индивидов переключается почти полностью на средства массовой информации. Данный *пятый этап* в развитии экскурсионного дела характеризуется ослаблением идеологического пресса. Экскурсионная деятельность становится не просто продолжением образовательного процесса, несет в себе функцию перевоспитания масс, но и становится способом проведения культурного досуга населения, услугой. Экскурсионная деятельность выполняет функцию организации культурного досуга населения, способствует расширению культурно-технического кругозора. Б. В. Емельянов подчеркивал: «Являясь формой культурного досуга, экскурсия обеспечивает удовлетворение и формирование духовных потребностей человека» [18, с. 29]. Развивается настоящая туристско-экскурсионная индустрия: 0,5 млрд человек участвовало в 1985 г. в экскурсиях, примерно 7 тыс. экскурсоводов работало по всей стране, более 3,5 тыс. организаций вело экскурсионную работу [18, с. 29]. К концу 70-х гг. определились три основные части экскурсионного дела: теория, методика, практика. При рассмотрении данного этапа на примере указанной выше модели можно заключить, что ценностный мир, а, следовательно, и мир символов, согласованности в их прочтении и восприятии почти полностью совпадают. Экскурсант не перевоспитывается, а самоутверждается. Удовлетворение экскурсионной деятельностью происходит от совпадения ожидаемого и воспринимаемого. Индивид не ищет, не перевоспитывается, а самоутверждается, как и весь социум. Отсюда – феномен гигантомании.

---

<sup>4</sup> Например, создание Центральной экскурсионной комиссии при Московском учебном округе, где впервые были разработаны правила для экскурсантов, выполнение которых контролировалось.

Конец XX – начало XXI вв. – достаточно сложный этап в развитии экскурсионной деятельности. Характеризуется следующими особенностями: полная финансовая децентрализация экскурсионно-туристических фирм; осуществляется слабый контроль над подготовкой кадров, экскурсионных текстов и маршрутов; экскурсия становится товаром и при этом достаточно дорогим; потребность населения во внутреннем туризме была сведена к нулю; туризм в России утратил социальную направленность, перестал быть доступен большинству населения.

Разрушились традиции и обычаи прежней эпохи. Творцы новой социальной парадигмы подвергали сомнению любую веру, любое мнение, любой обычай, имевший место в стране ранее. Они верили, что их сил достаточно для выработки новых принципов поведения и установления истины. Экскурсионная деятельность впервые почти полностью отчуждается от своего содержания. Содержание подвергается сомнению и уничтожается.

Рассматривая причины этого процесса, нельзя не согласиться с Г. Г. Почепцовым, который отмечал связь «с переходом от армейского варианта иерархической коммуникации, где роль получателя информации была резко заниженной, к новому, демократическому, когда потребитель информации перемещается с пассивных на активные позиции» [19, с. 12]. В современных условиях резко изменилось отношение к коммуникации, и, следовательно, к экскурсионной деятельности. «В обществе жесткой иерархии, каковым являлся Советский Союз, главенствовала только монологическая коммуникация, и не было нужды в риторических ухищрениях. Как и в Средние века, когда основным было цитатное слово (тогда – Библия, позже – марксистско-ленинское учение), главным становится приближенность к источнику правильной мысли» [19, с. 11].

Дж. Каллер пишет, что туризм «выявляет то, что может оказаться главнейшей чертой современной капиталистической культуры: культурный консенсус...»; потому что «производство туристических знаков основано на семиотических механизмах, действие которых может показаться локальным и случайным, но общая структура, как и конечный результат этих обозначающих механизмов, представляет собой современный консенсус широкого масштаба, систематизированное, ценностное познание мира» [20, с. 158–166]. Считая, что экскурсии являются центральным звеном туризма, сказанное вполне можно отнести и к экскурсионной деятельности.

Активная роль адресанта передаваемой информации в России до сих пор не получила должного развития. А при разрушенной иерархической коммуникации стали процветать манипулятивные технологии. Российский социум, как заинтересованный потребитель, утратил свою роль.

Если вновь обратить свой взгляд к модели, то можно увидеть, что здесь нет прерывности в вопросах формирования ценностного мира у всех субъектов экскурсионной деятельности. Экскурсионная деятельность проходит как некая практическая форма осмысления определенных, специфических целей и интересов общества и индивида.

Экскурсионная деятельность – это одна из форм общения общества и индивида. Сократ отождествлял общение с познавательным процессом (понятым не только как искание истины, но и обретение добродетели), в ходе которого, если его правильно осуществлять, можно успешно совершенствоваться как в том, так и в другом. Сократ всегда строит свои взаимоотношения с людьми на основе личностных отношений. Окружающих учеников он называет друзьями, подчеркивая их равноправие с собой.

«Общение не может подразделяться на производство и потребление, ибо самый акт коммуникации есть одновременно получение и отправление некоего «послания» каждым участником общения. Общение не может быть творческим или механическим, продуктивным или репродуктивным: вторая форма является для него просто губительной, ибо – повторим это еще раз – в общении происходит взаимодействие людей как субъектов, и этим определяется органичность данного вида человеческой деятельности.

В то же время существуют такие разновидности общения, которых нет в других видах деятельности. Мы имеем в виду наличие не только прямого контактного общения, но и общения дистанционного, при котором общающиеся разделены в пространстве или во времени и сам акт общения осуществляется через посредство созданных людьми культурных объектов» [21, с. 88–89].

Социум, как объективная реальность, формирует новые смыслы, цели и задачи. Оно нуждается в обновленной символике или хотя бы в обновленной трактовке старых символов. Иное общественное бытие нуждается в иных символах своего существования. Но новая символика молниеносно не вырабатывается. Это довольно сложный процесс переоценки ценностей на всех уровнях экскурсионной деятельности. И самым консервативным звеном в данном виде деятельности в нашей

стране оказывается второй уровень во всей его совокупности. Создатели экскурсионных текстов – это люди, несущие в своем сознании образы другой эпохи, то, что прочитывается ими в объектах-символах и предоставляется экскурсантам, не соответствует истинности современной эпохи, ее ценностям, поискам и, следовательно, не воспринимается экскурсантами. Следует отметить, что экскурсионная деятельность никогда не должна выходит за пределы своего времени; она находится в нем, познает настоящее.

Экскурсант, индивид, как единица общества, да и сам социум ищет ответ на вопрос: «Что делать и как быть?», с этим вопросом он идет на экскурсии и не получает должного ответа. Экскурсионные тексты отвечают не ему, а его прошлому. Происходит разрыв, разъединение самой экскурсионной деятельности. Экскурсант уже не ищет ответов в своей культуре, в старой, устоявшейся символике. Он внедряется с поиском ответов в лоно чужой культуры и инородных символов. Он не ищет образцов для подражания в прошлом, он хочет всеми своими знаниями и поведением быть обязанным самому себе. Он ищет новые знания, новые возможности для реализации своих экономических и познавательных потребностей, таким образом, развивается новая потребность – потребность в туризме. Данный момент является одной из причин роста выездного туризма. В этом есть и положительный момент. Идеальные образы – символы чужой культуры обогащают социум, в который возвращается турист, помогают этому обществу сформулировать и выделить собственную уникальную символику. Именно в этот период духовное творчество приобретает черты всеобщности. «Плоды духовной деятельности отдельных наций становятся общим достоянием. Национальная односторонность и ограниченность становятся все более и более невозможными, и из множества национальных и местных литератур образуется одна всемирная литература» [22, с. 448].

Сознание возникает как функция деятельности, а не наоборот. Познание есть лишь одна из функций сознания. Отсюда заключим, что экскурсионная деятельность не должна быть абстрактной, она должна помочь найти ответы индивидууму на конкретные, практические вопросы. Экскурсии дают не только знания, но и формируют интерес к какой-либо науке, следовательно, несут функцию формирования интересов человека. Поэтому, для исследования экскурсионной деятельности необходимо введение таких категорий как потребности и интересы.

Итак, экскурсионная деятельность – это один из наиболее удивительных и многим доступный канал, по которому знания приходят в социум, социализируются. «Значительную долю в индивидуальном образовании представителей обеспеченных классов еще в прошлом веке занимали путешествия» [17, с. 25]. Научными, в полном смысле этого слова, эти знания назвать нельзя. Но, независимо от этого, экскурсия помогает реализовать, в первую очередь, познавательные потребности человека. «Каково же оно – то бытие, которое словно искрится и мерцает в открытости cogito, но не дано во всем величии им самим и в нем самом?... Каково оно – человеческое бытие?» [23, с. 346]. В экскурсионной деятельности раскрывается смысл именно человеческого бытия (во всех его формах и видах).

Уникальность этого вида деятельности в том, что экскурсионные знания формируются не по линии направленного воздействия на объект с целью получения некоторой информации. Субъект, как носитель определенных форм общественного сознания, обладает уже первоначальными знаниями, осознает их ценность. И эти знания рефлексивного характера.

Первоначальное воздействие на объект идет по принципу формирования символики этого знания. Только через экскурсовода, раскрывается значение символов. Познавательные потребности экскурсантов реализуются через восприятие объектов как текстов чужой культуры, при этом экскурсовод выступает толкователем. Экскурсионная деятельность, таким образом, являлась и является распространением культурных и социальных знаний, ценность которых уже осознана социумом или частью его субъектов. Необходимость широкого внедрения в социум научных знаний была ясна еще в эпоху Просвещения. Поэтому часто экскурсионная деятельность становилась проводником научных знаний. Всю полученную информацию об экскурсионном объекте экскурсант пропускает через сито сложившейся системы мировоззрения. Преломляясь, полученная информация помогает субъекту овладеть общественным опытом, происходит процесс превращения внешних условий во внутреннее состояние.

Экскурсионная деятельность способствуют расширению культурных, социальных связей и интересов. Она не только дает новые, но и углубляет уже имеющиеся знания, служит накоплению наглядных представлений и жизненных фактов, обогащению интеллекта и чувственного опыта индивида. Организация общества напрямую зависит

от знания о нем его участников, от познавательных механизмов, включенных в ткань социальности... [24, с. 35].

Соединение внешней социальности и присущей людям индивидуальности в экскурсионной деятельности представляет собой довольно сложную проблему для экскурсовода. Люди хотят познать мир, который сконструировали сами, хотят пересмотреть свои старые конструкции и это происходит только путем создания новых конструкций, новых взглядов на старый мир. Потребность в экскурсоводах возникает всегда, когда возникают трудности с восприятием экскурсионного объекта как «объекта-сообщения». В том случае, когда направленность аксиологических характеристик на всех уровнях совпадает, экскурсионную деятельность можно воспринимать как процесс социального взаимодействия. В том случае, когда идет несовпадение или разнонаправленность, то стоит говорить о манипулятивных интенциях, которые, независимо от всего имеют все же возможность к преобразованию в интенции социального взаимодействия.

Можно сделать соответствующее заключение: экскурсионная деятельность – это такая форма коммуникативной деятельности, которая имеет четыре составляющих: социум, экскурсовод, экскурсант, экскурсионный объект. Сама экскурсия является отражением социального развития в его статике и динамике, характеризуется амбивалентными субъектно-объектными отношениями, где понятия экскурсионный субъект и экскурсионный объект являются парными и соотносительными категориями. Экскурсионная деятельность в результате осуществляет создание идеальных образов бытия человека и, таким образом, влияет на восприятие этого бытия, трансформацию человеческой деятельности по отношению к этому бытию, а, следовательно, и видоизменяет его. Экскурсионная деятельность всегда обеспечивается системой символов, принятых в том или ином обществе.

## **2.2. Социокультурные аспекты экскурсионной деятельности**

Мы можем видеть, как при экскурсионной деятельности определяется направленность передачи информации. Экскурсионная деятельность действительно предстает перед нами как особый аспект деятельности и общения людей, связана с усвоением информации с помощью специально созданных для этого средств.

Экскурсионную деятельность можно охарактеризовать и как форму социокультурной коммуникации, и как один из факторов ее развития. Исходная же модель экскурсионной деятельности полагается, как субъектно-объектно-субъектное взаимодействие, опосредованное развитием осознания социумом самого себя и информацией, которая есть единство знака и его значения, смысла. Как сфера деятельности, экскурсионная деятельность представляет собой целостную систему, включающую в себя различные направления и специализации.

Коммуникативной единицей экскурсионной деятельности является, в первую очередь, экскурсант как индивид, как элемент общества. Совокупность социокультурных потребностей экскурсанта влияет на социальный заказ, выражающийся в востребованной экскурсионной тематике.

Вся экскурсионная деятельность проистекает в определенном временном континууме и в конкретном направлении его движения, выражающемся в субъектно-объектных отношениях. Именно спецификой субъектно-объектных отношений экскурсионная деятельность отличается от других процессов социальной коммуникации. Опираясь на методологические концепции М. С. Кагана [8, с. 89], делаем вывод, что экскурсионная деятельность является, с социокультурной точки зрения, одним из выражений субъектно-объектных отношений, включающих различные формы активности взаимодействующих субъектов, направленных на объекты внешнего мира.

Выделим составляющие экскурсионной деятельности: это *временная* составляющая экскурсионной деятельности, которая чаще всего выражается в длительности хода экскурсии; *пространственно-геометрическая* составляющая (то есть маршрут экскурсии); *количественная* и *качественная* составляющая (переход от менее информативных экскурсионных объектов к более информативным); *социокультурная*. Именно социокультурная составляющая говорит о том, что нет никакой непрерывной линейной тенденции в экскурсионной деятельности. Экскурсионная деятельность как форма социокультурной коммуникации развивается, на наш взгляд, по спирали. От общества – через экскурсовода к экскурсанту, и от экскурсанта к обществу, но уже на новый социальный уровень. Именно способ воспроизводства в данном социуме экскурсий, их развитие по спирали следует определить как экскурсионную деятельность, что определяет историческую детерминированность эволюции экскурсий от развития социокультурной жизни. Экскурсии представляют собой, как

и искусство, «познание и воплощение (моделирование) конкретной взаимосвязи объекта и субъекта, мира и человека» [8, с. 89].

В результате можно заключить, что экскурсионная деятельность является формой отражения социокультурного развития.

Экскурсионную деятельность со всей ответственностью можно отнести к социокультурной коммуникацией и выделить ее базовые функции: как форма призвана нести содержательные аспекты транслятора социально-культурного наследия поколений, информации развлекательного содержания, воспитания, организации поведения, информирования, функцию создания определенного эмоционально-психологического тонуса в обществе. Критерием типологии выступает в данном случае цель деятельности субъектов, создающих экскурсию. Экскурсии исторического плана (музейные, обзорные по городу, тематические искусствоведческие и т. п.) связаны с обращением в прошлое, с анализом прошлого, с осознанием временного континуума, в котором находится индивид. Экскурсионная деятельность выступает здесь в качестве формы познавательной коммуникативной деятельности. Г. С. Пак выделяет три формы отношения к прошлому: бегство от прошлого, свобода от прошлого, переосмысление прошлого [25, с. 34–35]. Экскурсионная деятельность как форма познавательных коммуникативных интенций, безусловно, есть в своей целостности деятельность субъектов по переосмыслению прошлого и конструированию настоящего. Экскурсионную деятельность в этом случае можно представить, как сложнейшую творческую лабораторию, где непосредственно приходят в соприкосновение потребности общества и индивидуальные и социальные потребности личности, где задается система координат социальной реальности, намечаются ориентиры самоопределения личности.

Обращаясь к проблеме формы и сущности в экскурсиях, их диалектическом противопоставлении, мы должны констатировать, что экскурсия первоначально понимается как жанр исполнения текстового материала, его форма. При подготовке экскурсионных текстов, их разработке она наполняется соответствующим содержанием. Экскурсантам, как потребителям экскурсионных услуг она так же первично предстает лишь, как форма. Наполняемость содержанием происходит лишь в ходе экскурсионной деятельности. Снятие отчуждения формы от содержания возможно только в сознании экскурсантов в качестве идеального образа данной экскурсии, который передается общественному сознанию. Экскурсионная деятельность только в этом случае как форма коммуникации несет функцию самоопределения личности.

Сегодня все чаще и чаще в культурологический анализ включается «человек-потребитель». «Для потребителей в обществе потребления постоянно находиться в движении – искать и не находить, а точнее, «пока не находить» – это не болезнь, а обещание блаженства, может быть, даже само блаженство» [26, с. 120]. Анализируя деятельность экскурсанта – «потребителя», приходим к выводу, что экскурсионная деятельность общества потребления остается «формой без содержания». Экскурсант, включенный в данный вид деятельности, преследует чаще всего статусные цели. Для него важна ненасыщенность экскурсионной деятельности информационными потоками, а ее престижность. Согласно системе Г. С. Пака, такой экскурсант видится нами как индивид свободный от прошлого, живущий только ощущениями настоящего. «Потребители – это в первую очередь коллекционеры ощущений; они собирают вещи лишь во вторую очередь, как следствие» [26, с. 120]. Снятие отчуждения через самореализацию индивида не происходит, поскольку пустая форма может обеспечить только погоню за этой самореализацией. Экскурсионная деятельность в обществе принимает структуру пирамиды, только не финансовой, а идеологической, мировоззренческой. Пресыщение количеством, без соответствующего качества приводит к культурной апатии, деградации личности, а вслед за этим и всего общества.

Может именно поэтому сегодня получают расцвет такие формы туризма, как событийный, фестивальныи.

Есть еще одна важная характеристика экскурсионной деятельности – ее незавершенность, цикличность: от индивида к обществу и обратно от общества к индивиду. В экскурсии приближенной к идеалу эта цикличность ощущается экскурсантами как незавершенность действий. «Известна роль незавершенных действий для человеческой психики. Человеку свойственно стремиться к завершению подобных ситуаций» [19, с. 17]. У индивидов возникают все новые и новые стимулы для участия в этом уникальном виде коммуникативной деятельности. В экскурсионной деятельности общества потребления отсутствует спиралевидная цикличность, поскольку поднять форму на новый уровень спирали может только ее содержание. Экскурсант общества потребления не будет ходить по одним и тем же местам, углубляя свое познание. Ему требуется смена мест, формализованная информация и количество накопленных экскурсионных посещений. Иногда информация и вовсе оказывается не необходимой. Свидетельством об экскурсионном посещении

становятся не освоенные и проанализированные информационные потоки, а фотографии, сувениры и т. д.

Экскурсионная деятельность как форма коммуникативной деятельности существует только при наличии социальной связи общества экскурсовода и экскурсанта. В экскурсии сталкиваются между собой процессы индивидуализации и социализации. Можно утверждать, что экскурсионная деятельность является составляющей более сложного и многомерного процесса – процесса воспроизводства социального бытия. Экскурсионные объекты являются лишь знаками существующей коммуникативной связи. Эта связь обуславливается ценностным миром всех субъектов экскурсионной деятельности. Социальную характеристику данной связи дает анализ экскурсионных объектов в совокупности с анализом информационных потоков, передаваемых через них. То есть, придерживаясь сопоставления формы и содержания, характеристику экскурсионной деятельности как форме коммуникаций в первую очередь дают ее содержательные аспекты.

### **2.3. Проблема коммуникативного взаимодействия «экскурсовод – экскурсионный объект – экскурсанта»**

«Нечто, чтобы быть знаком, предполагает остановку сознания и одновременно предполагает рефлексия человека о самом себе как о существе в принципе знаковом, оперирующем знаками или существующем среди знаков. И тогда знаки не изобретаются; они являются человеку стихией, в которую он погружен, и ее элементы находятся или могут находиться как вне человека данные и «готовые» знаковые системы. Всякий раз, когда он «извлекает» из рефлексии свой психический механизм, он обнаруживает знаки» [4, с. 92].

В данной главе дается не только новое понятие экскурсионному объекту, но и проблеме восприятия той информации, которая исходит от экскурсионного объекта. Экскурсионный объект является частью объективной реальности, но он представляет собой, как и предметы искусства, «не мир как таковой, а «человеченную» действительность» [27, с. 167].

Экскурсионный объект может служить поводом для какого-либо сообщения, причина экскурсионного сообщения связана с проблемой развития самосознания общества. И одновременно с этим можно бесспорно заявить, что экскурсионный объект является своего рода проводником, посредством которого передаются действия или раздра-

жения актов от одного индивида к другому. В отличие от средств массовой информации, тексты, передаваемые экскурсионным объектом, проходят обработку в том поле социума, где происходит формирование новых смыслов, идей под воздействием мощного слоя культуры данного общества.

П. А. Сорокин трактовал понятие «проводников» следующим образом: «Без проводников самое незначительное пространство ставило бы непреодолимые препятствия для возможности взаимодействия. ... Под проводниками взаимодействия я разумею все те средства, благодаря которым раздражение, исходящее от одних индивидов, передается и доходит до других. ... В отличие от предыдущих проводников, предметные проводники функционируют именно как предметы. В них важно не то или иное отдельное свойство (свет, звук, теплота, форма и т. д.), а совокупность всех свойств» [28, с. 176–202]. Данное определение будет для нас ценным в понимании экскурсионного объекта в качестве проводника той информации, которую транслирует социум. Остается вопрос о восприятии, понимании всей этой информации.

Понимание, по мнению А. А. Брудного, является важным аспектом в коммуникационном процессе. М. С. Каган в процесс понимания вносит аксиологические характеристики. Л. В. Костина подчеркивает, что сутью процедуры понимания является раскрытие смысла объекта. Ортега-и-Гассет говорит, что понимание – это максимальное высвечивание чего-либо.

Процессы понимания тесно связаны с проблемой знания. Понимание происходит только тогда, когда есть определенная база знаний, которая помогает воспринять новые смысловые категории. Понимание при нулевой базе знаний невозможно. «Знание всегда есть знаковая система» [4, с. 89].

«Это ни в коем случае не значит, что материя символа и сознательная его содержательность – одно и то же. Скорее, это означает, что когда мы знаем, что какая-то вещь есть символ, то это значит: что-то есть в сознании, что индуцирует наше знание о символе...» [4, с. 130].

Знания трактуются В. А. Лекторским как культурный феномен, который предполагает толерантность как расширение собственного опыта и критический диалог.

Анализ проблемы восприятия объекта и более того, воображения этого объекта обстоятельно даются в монографии Жан-Поля Сартра «Воображаемое». Ж.-П. Сартр считает, что объект «образа никогда не оказывается, чем-либо большим, нежели имеющееся сознание

о нем; он определяется этим сознанием – из образа невозможно узнать ничего нового, о чем бы мы уже не знали» [29, с. 38–39]. Но правильнее, на наш взгляд, что продуктивное, творческое, воображение очень даже способно это сделать [30, с. 7]. М. С. Каган довольно подробно рассмотрел систему субъектно-объектных отношений, межсубъектное взаимодействие в системе субъектно-объектных отношений.

Г. А. Антипов, Г. В. Булацкий отмечают, что быть текстом – значит принадлежать к особому миру, миру социальной коммуникации, что социальную информацию несут и предметы, и процессы, и явления, к которым хоть как-то причастен человек, люди, социум: «...О тексте в собственном смысле этого слова можно говорить лишь там и постольку, где и поскольку коммуникативная функция полностью «подчиняет» себе материал вещи» [31, с. 18].

Проблема формирования идеального образа экскурсии заставляет обратить внимание на разработанность проблемы идеального в философии. Здесь можно обратиться к трудам Д. В. Пивоварова, Э. В. Ильенкова, Ф. Т. Михайлова, В. А. Лекторского, А. М. Коршунова и др.

О сущности идеального образа, его влияния на структуру общественных отношений было немало сказано в Российской философской школе. Так, в трудах К. Н. Любутина и Д. В. Пивоварова сущность идеального образа определяется как «операционное взаимоотношение содержаний субъекта и объекта в виртуальном новообразовании, эмердженте. Системный аспект идеального образа поэтому логично наименовать операционным содержанием процессов освоения мира человеком в форме идей, идеалов и целей преобразованной деятельности людей» [15, с. 107–108]. К. Линч подчеркивает, что образ должен служить ориентации в обжитом пространстве [32].

Отражение объекта сопровождается обратной проекцией содержания сознания на внешний мир, человек видит не только то, что находится на поверхности видимого мира, но и то, что находится в его глубине. Мы видим не только то, что на нас действует, но и то, о чем мы думаем.

Экскурсионный объект – это предмет или явление, несущие информативную функцию. Экскурссионный объект – это текст определенной культуры. Экскурссионный объект должен быть обязательно типичным для данной культуры. Без феномена сочетания типичности и индивидуальности он не сможет выражать те ценности, которые через него транслируются.

В русле этого можно утверждать, что экскурсионный объект меняется в ходе социального развития общества, даже не меняясь внешне,

так как в первую очередь экскурсионный объект – это сама человеческая жизнь и ее среда. Экскурсионный объект несет в себе нескончаемое количество информационных потоков. «Избыточность информации является следствием усиления посреднических... функций знания, возникающего в результате помещения информации в сферу определенных проблем, уже имеющих статус знания» [24, с. 36]. Ж. Деррида писал, что проблема не в том, что истины нет, а в том, что существует слишком много истин.

Одновременно экскурсионные объекты выступают средствами общения между людьми «именно потому, что они сохраняют в себе определенные схемы порождения и обоснования человеческого опыта» [33, с. 41]. Более того, прислушиваясь к мнению Ю. М. Лотмана, можно заключить, что экскурсионный объект непременно несет функцию памяти. Он, благодаря прочтению новых смыслов, является не только генератором памяти, но и обладает способностью сохранять память о своих предшествующих контекстах. Это создаваемое экскурсионным объектом «смысловое пространство» вступает в определенные соотношения с традицией и культурой тех, кто «читает» этот экскурсионный объект. В результате экскурсионный объект обретает новую жизнь, новые смыслы.

Многие экскурсионные объекты не со временем выделялись тем или иным социумом как носители определенной информации, а сразу же создавались в качестве «транслятора» этой информации. Получатель должен был «всего лишь» правильно «декодировать» данную информацию. Но, ввиду отсутствия запроса общества, впоследствии данный объект переставал нести функцию экскурсионного.

К. Н. Любутин выделяет в субъектно-объектном отношении наряду с практическим и познавательно-теоретическим третий аспект – ценностный [34, с. 125–179]. Экскурсионный объект выделяется ценностно.

Итак, объект в экскурсии – это не только внешняя сторона, конкретное помещение, где происходили конкретные события, где действовали живые конкретные лица, это все то, что может символизировать какую-либо сторону человеческого бытия. В первую очередь – это символ, знак.

Для анализа сущности экскурсионного объекта воспользуемся анализом, данным в философии по вопросу объектно-субъектных и субъектно-объектных отношений.

К. Н. Любутин и Д. В. Пивоваров отмечают, рассматривая диалектику субъектно-объектных отношений, что «...история общества

в определенном смысле есть процесс и продукт субъектно-объектного взаимодействия. ...Объект же, как объект, предмет природы, преобразованный практически, существуя вне сознания и вне субъекта, тем не менее, с функциональной стороны ...зависит от субъекта действия» [35, с. 4, 111]. Данное положение с уверенностью можно не только отнести к определению экскурсионного объекта, но, думается, оно может служить опорой при построении социально-философской модели преобразования объекта в экскурсионный объект и далее в идеальный образ экскурсии. Экскурсионная деятельность связана с познанием такой реальности, которая, в сущности, своей озарена культурно-человеческим смыслом. Г. В. Булацкий отмечал, что социальную информацию несут и предметы, и процессы, и явления, к которым хоть как-то причастен человек, люди, социум [36, с. 24].

Поэтому экскурсионным объектом можно считать не только визуальные знаки, но и те, которые воспринимаются всеми органами чувств, т. е. органами обоняния, осязания и слуха. Именно совокупность восприятия объектов всеми органами чувств, перевод этого восприятия в символы и дешифровки всех этих знаков в сумме дает наиболее объективное «прочтение» экскурсионного объекта. Пространство, преображаясь в маршрут экскурсии, также приобретает характеристику знака или символа, следовательно, маршрут экскурсии – это тоже экскурсионный объект, но объект особый. Он символизирует собой всю тему экскурсии, ее цели и задачи. Маршрут экскурсии – это своего рода языковая структура экскурсии. Экскурсант призван узнавать свой собственный образ и образ общества в этом языке экскурсии [37, с. 104].

Экскурсия «мирит» (объединяет в некое экскурсионное единство) бытие и становление, время и пространство, реальное и воображаемое, актуальное и потенциальное и т. д. [38, с. 11], подчеркиваем мы, перефразируя сказанное А. А. Еникеевым. Мы смотрим символами-понятиями, именно они помогают понять нам экскурсионные объекты в их сущности.

Экскурсионные объекты – это материализованная историческая память социума. Память – это результат процесса отбора и такой группировки отобранного, что оно оказывается под рукой в нужных ситуациях. В ней должны также существовать и какие-то случайные залежи, позволяющие нам обнаружить неожиданные взаимосвязи. Однако по-

добная безмятежная ясность возможна только в том случае, если припоминание есть, в сущности, выхватывание того, что исполнено смысла [32, с. 146].

Любой предмет, любой персонаж – «исторический». «Объекты» говорят тогда, когда есть общественный запрос. Экскурсионный объект с помощью экскурсовода вступает в акт коммуникации. И это зрительно-знаковая коммуникация. Визуальный же знак должен обладать следующими типами характеристик: оптическими (видимыми), онтологическими (предполагаемыми), условными.

Идеальный образ экскурсии представляет собой некое наполненное сознание. Сознание знака, символа пусто. «Без сомнения, знак имеет внешний характер, у которого нет никакого аффективного аналога, но не к нему направлена сигнификативная интенциональность: через его посредство она нацеливается на другой объект, связанный со знаком лишь внешним отношением» [29, с. 165].

Важность исследования экскурсионного объекта выявляется в том, что через образный ресурс миропостижения происходит передача менталитета общества в его наглядно-чувственных аспектах. Именно в экскурсиях мир открывается людям в качестве панорамы, «картины, сложной совокупности зримых «телесным» и духовным взором образов» [38, с. 12]. Это высказывание можно дополнить тем, что «социальное познание – познание общества, оно и есть и самопознание субъекта», и продолжить далее, что «...каждая социально-историческая общность (субъект) является для самой себя и объектом, ибо любая общность не только изменяется под влиянием иных общностей, но и самоизменяется» [35, с. 147].

Множественность объекта выражается во множественности субъективных взглядов, оценок и действий. Особенность деятельностного подхода в исследовании феномена экскурсионного объекта состоит в том, что взгляды, оценки и действия всех субъектов экскурсионной деятельности становятся конституирующим объективным элементом самой экскурсионной деятельности.

Экскурсионный объект позволяет накапливать, сохранять, удалять и заменять инварианты, которые были извлечены наблюдателем, по крайней мере, некоторые из них. Экскурсионные объекты сродни письменным текстам в том плане, что на них может смотреть несколько раз один человек или одновременно несколько. Они обеспечивают некое подобие общения между теми, кто видел их первыми, и теми, кому еще это предстоит, включая будущие поколения. И одно-

временно, обладая неким постоянством, экскурсионные объекты не обладают стабильностью. К. Линч отмечал: «Все воспринимается не само по себе, а в отношении к окружению, к связанным с ним цепочкам событий, к памяти о прежнем опыте» [32, с. 15]. У каждого есть свои ассоциации и этот персональный образ пронизан воспоминаниями и значениями. «В опознании и упорядочении восприятия окружения участвуют множество ощущений: визуальные ощущения света, формы, движения или поляризации света, равно как и обоняние, слух, осязание, кинестетика, чувство тяжести и, возможно, электрических и магнитных полей» [32, с. 16].

Вербальная коммуникация в экскурсиях строится на согласованности выделенных объектов-символов, соответствующих реалиям данной культуры. Это приводит к созданию герменевтических текстов, из которых складывается основной, «контрольный», текст экскурсии.

Визуальная коммуникация не обладает подобным набором заранее установленных символов. Отсутствие знания символики определенной общности людей делает более универсальным процесс восприятия экскурсионных объектов. Но в процессе визуальной коммуникации экскурсант, не имея предварительного знания списка единиц для понимания сообщения, трактует информацию, поступающую от объекта, исходя из своего житейского опыта.

«Чаще всего естественное восприятие – восприятие, в котором я живу, производя те или иные движения в моем мире, – не является самостоятельным рассмотрением и изучением вещей, но возникает в конкретном практическом обхождении с вещами, – оно не самостоятельно, поскольку я воспринимаю не для того, чтобы воспринимать, но чтобы сориентироваться, расчистить себе дорогу, обработать что-либо, это – вполне естественное видение вещей, в котором я живу постоянно» [39, с. 33].

## **2.4. Проблема коммуникативного взаимодействия «экскурсант – экскурсовод – социум»**

Опираясь на понимание человека как «знакового существа», которое дает М. К. Мамардашвили, под личностью экскурсовода понимаем «не то существо, которое придумывает знаки, а то существо, которое всякий раз, когда начинается его индивидуальная работа с вещами и событиями (и с самим собой как с вещью и событием), их использует как уже готовую, сложившуюся знаковую систему» [4, с. 86].

В результате только лишь визуальной коммуникации экскурсионный объект остается непонятым, недоступным для прочтения. При созерцании (осмотре) он монолог, который должен быть услышан, но не требует ответа. Объяснить подобную ситуацию можно тем, что «потребитель информации в этом случае убран с позиции потребителя на позицию наблюдателя, у которого, конечно, совсем другие права» [19, с. 170]. Экскурсовод создает из «монолога» сообщение, которое адресат должен получить.

Сущность восприятия экскурсионного объекта видна в результате анализа экскурсионной модели по вертикали. Вербальная коммуникация призвана дешифровать символику экскурсионных объектов для представителей различных культур, но исходя из универсальности визуального восприятия, она должна следовать за ним, быть с ним согласованной. Пояснения экскурсовода, сделанные на естественном языке, позволяют остановить многозначность, задать верный уровень восприятия.

«На практике мы все равно сначала читаем изображение, а не текст, его сформировавший: роль текста, в конечном счете, сводится к тому, чтобы заставить нас выбрать одно из возможных означаемых» [40, с. 306].

Как уже отмечалось выше, при построении экскурсионной модели мы исходили из того, что экскурсионным объектом становится только тогда, когда он выделяется из общего числа объектов человеческого бытия и преобразуется в символ этого бытия. Этот процесс нельзя отделить от действия на процессы познания базовых социокультурных компонентов, он должен исследоваться в каждом конкретном случае.

В обыденном сознании осуществляется выбор ценностей для обоснования реального поведения по реализации интересов и потребностей. «Значимость потребностей основывается на объективных условиях деятельности, зависит от качеств и свойств объекта, а значимость ценностей основана на представлении других людей об объекте, является согласованием отношения к объекту в общественном сознании» [41, с. 17].

Что-то становится экскурсионным объектом, когда оно выделяется какой-либо общественной структурой как ее символ. Экскурсовод, как член этой общественной структуры, или, как получивший информацию об этой общественной структуре, раскрывает значение данного символа для более понятного прочтения экскурсантами.

Совершая отдельный акт показа объекта, экскурсовод не использует всего «поля» картины социальной реальности, он фокусирует свое

сознание на том ее фрагменте, который в данный момент представляет наибольший для него смысл. Но условия показа и социальные нормы не делают экскурсовода полностью свободным в выборе показа. Экскурсовод свободен постольку, поскольку более эрудирован в тех областях человеческой деятельности, которым посвящена экскурсия, поскольку знаком с разными мировоззренческими картинами, касающимися данных экскурсионных объектов.

Нет экскурсовода, экскурсанта – нет и экскурсионного объекта. «Объект познания не создается субъектом, хотя вычленяется и концептуализируется самим субъектом» [42, с. 12]. Экскурсионные объекты задаются субъектом, они являются концептами вещей, извлеченных в свое время из самого же объективного мира.

Восприятие экскурсионного объекта происходит на двух уровнях: *первое* – это восприятие экскурсовода, и перевод символики объекта в текст, *второе* – восприятие экскурсионных объектов экскурсантами и перевод их через сложившиеся впечатления в идеальный образ экскурсии.

Рассмотрим *первый уровень*.

Под влиянием суммы многочисленных социальных и психофизиологических факторов у экскурсовода складывается определенная ориентация. Экскурсовод выделяет (для раскрытия феномена объекта-символа) из множества определений более типичные и в тоже время более значимые. Этот процесс согласуется со сложившимися у экскурсовода нормами и правилами бытия данной общности. Талант экскурсовода раскрывается в правильном видении символа и его исторической сущности, в умении выделить главное, основное. Именно это впоследствии облегчает восприятие объектов экскурсантами. «А те, у кого мысль и способность восприятия направлены на многое, те, как бы проносятся мимо и не останавливаются» [43, с. 170–173]. Без субъекта нет ориентации, как и объекта. Но верно и то, что в случае отсутствия чего-то, ориентация на него не возникает.

Экскурсовод как бы вживается в индивидуальный предмет видения. В естественном языке значение оказывается заданным заранее, в визуальном – вырабатывается по мере получения сообщения.

Существенным (но не единственным) моментом его эстетического созерцания является видение объекта как символа изнутри в его собственном существе. В процессе «вживания», вольно или невольно, имеющиеся у экскурсовода субъективный опыт, знания, эмоции и т. д. (все, что характеризует его мировоззрение), накладывает на восприятие объекта-символа. За этим моментом вживания всегда следует

момент объективации, т. е. положение понятием «вживанием» экскурсионного объекта вне себя, отделение его от себя. Экскурсионный объект становится не только объектом-символом. Это уже развернутый текст, и экскурсовод является в качестве посредника, переводчика этого текста. Именно на этом уровне и происходит формирование контрольных и индивидуальных текстов. Слова М. М. Бахтина [44, с. 92–93] можно перефразировать в отношении экскурсовода. Экскурсовод эстетически оформляет изнутри схваченную вживанием индивидуальность как единую, целостную, качественно своеобразную. Результатом работы экскурсовода мы имеем экскурсионный показ, и рассказ, который строится в зависимости от показа.

Экскурсионный показ предстает перед нами в следующем свете: экскурсионный показ – это результат, доказательство тому, что говорит экскурсовод. «Для получения конечного продукта необходимо, чтобы конечный результат уже присутствовал в каком-то количестве в начале реакции» [45, с. 26]. Можно говорить, что происходит распространность экскурсионного познания за пределы тех ситуаций, которые доступны нам через чувственный опыт.

На экскурсиях экскурсовод дает такое отображение объекта, которое «...способно перерастать в идеальное его преобразование, опускающего одни черты и усиливающего другие, раздвигая субъекту стесняющие рамки непосредственной явленности...Образы инициируют актуализацию, освоение необразной информации, выступают ее репрезентантом» [38, с. 12].

Теперь можно раскрыть сущность второго уровня восприятия экскурсионного объекта.

Рассматривая цепочку «экскурсант – экскурсовод – социум», мы обязаны обратиться к следующим вопросам: Каким образом через участие в экскурсионной деятельности в качестве экскурсанта, происходит самореализация индивида? Как в таком случае определить само понятие «экскурсант»?

*Экскурсант* – гражданин, посещающий страну или место временного пребывания в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в период менее 24 часов и без ночевки в посещаемой стране. Экскурсантом является и житель данной местности, участник экскурсии, специально разработанной для местного населения. Такое определение дает Российское законодательство. На самом деле понятие «экскурсант» должно рассматриваться намного шире и глубже.

Понятие «экскурсант» является системно-структурным. Экскурсант – субъект экскурсионной деятельности, общения и познания. «Почувствовав в себе субъекта», человек тем самым включает себя во все многообразие бытия: в прошлое, настоящее и будущее, в материальное и духовное, в природное и социально-культурное, в познание и деятельность, в творческое и репродуктивное, в производство и потребление, реализуя тем самым свою свободу и индивидуальность в самом широчайшем диапазоне» [46, с. 45]. Г. С. Арефьева видит в субъекте «конкретно-исторического носителя практической и теоретической деятельности, направленной на овладение объектом» [47, с. 62].

Экскурсионная аудитория не является чистой доской, которая предназначена служить предметом образовательных усилий «аристократов духа». Экскурсант мыслит и порой мыслит не так, как это предполагает экскурсовод. Его поведение, на первый взгляд, непредсказуемо.

Известно, что существуют «барьеры коммуникации» (стереотипы сознания, которые проявляются в коммуникационном процессе). Процесс коммуникации уже не является простым обменом информацией.

Следуя за исследованиями Липпмана, возможно констатировать, что, как отмечалось при рассмотрении экскурсионной модели, экскурсионная деятельность – это не только намерения экскурсовода, но и особые ментальные структуры (стереотипы) экскурсанта, обуславливающие воздействие в одних случаях и разрушающие коммуникативную деятельность в других случаях. Трудность восприятия нового экскурсионного материала объясняется действующими в сознании экскурсанта механизмами стереотипизации. Важно не ломать эти механизмы, а обойти их, ввести информацию сквозь них и вопреки им. В экскурсионной деятельности это происходит благодаря удовлетворению потребностей экскурсантов в постижении действительности, в творчестве и вере. Экскурсант, удовлетворяя свои интересы, включается в новую систему общественных отношений. Экскурсант должен получить от экскурсии наслаждение, связанное с пониманием и ощущением мира разнообразных жизней, чувств, красоты. «Диапазон жизнедеятельности индивида неизмеримо расширяется» [27, с. 260], он приобретает возможность больше выбирать, а значит, и быть более свободным.

Таким образом, вопросы ценностей и потребностей становятся основными в экскурсионной деятельности, делая важным дифференцированный подход к экскурсанту. Система потребностей и интересов

является личностно-образующей основой индивидуального мировоззрения [48]. Именно эта система потребностей и ценностей и лежит в основе всей экскурсионной деятельности экскурсанта. Данное утверждение диктует решение вопроса о дифференцированном подходе к экскурсанту.

Вопрос дифференцированного подхода к экскурсанту, в свете особого внимания к отдельно взятому человеку, индивидууму, приобретает особую актуальность. Часто применяемая в экскурсоведении дифференциация по социально-демографическим признакам не позволяет в полной мере учитывать особенности различных групп, удовлетворять и развивать их потребности в экскурсионной деятельности как виду социальных коммуникаций.

В современной философии отмечается, что «потребности и интересы являются определяющим фактором в механизме взаимосвязи практики и познания» [35, с. 135].

Поэтому предлагается выделять типологические характеристики личности, а также подразделять индивидуумов по уровню развития культурных потребностей. И это вполне естественно, «так как уровень развития культурных потребностей личности характеризует целый ряд качеств: отношение к социальной действительности, к окружающим, к себе» [49, с. 2]. Дифференцированный подход к экскурсантам дает возможность управлять удовлетворением их потребностей в социальной коммуникации.

Классификация экскурсионной аудитории может быть проведена по следующим признакам: политические предпочтения; биографическая информация; демографическая информация: возраст, пол, раса, религия, экономические доходы, культурные предпочтения; представления экскурсантов о своем месте по отношению к данному типу культуры, которая представлена экскурсионными объектами.

Требуется познать, что считается важным для конкретной личности или группы, существенным, закономерным. Таким образом, можно подойти к объективному исследованию влияния экскурсионной деятельности на экскурсантов, чего можно добиться путем типизации, выделения уровней развития социальных потребностей личности. Общее, типичное существует объективно через отдельное. В данной работе будем придерживаться типизации экскурсантов, опираясь на типизацию, данную И. Ф. Петровым: «с преобладающими нравственно-эстетическими интересами и потребностями; общепознавательными потребностями; разносторонними интересами и потребностями; с преобладающими интересами и потребностями к практической

деятельности; с преобладающими развлекательными интересами, потребностями и мотивациями; со слабо выраженными интересами и потребностями» [49, с. 28].

Экскурсант в экскурсионной деятельности выступает в роли познающего субъекта, воспринимая социальные ценности, идеи, транслируемые другим. В философской энциклопедии уточняется, что, познавая созданные человечеством формы общественной жизнедеятельности, субъект тем самым познает самого себя, причем процесс самопознания бесконечен. Экскурсионная деятельность – это особая форма донаучного познания, поскольку познающий индивид не подвергает воспринятую информацию научно-теоретической рефлексии. Удовлетворением естественного стремления к знанию, по Аристотелю, служит способность к наблюдению.

Экскурсионная деятельность содержит в себе процесс самопостижения человека как субъекта и объекта бытия. Экскурсант с помощью экскурсовода видит и чувствует по-другому, углубляет свой уровень пространства по отношению к временным изменениям.

Экскурсионная деятельность формирует у индивида оценочные позиции по отношению к тому месту, где он живет, работает. Экскурсант думает, размышляет, а, следовательно, самореализуется. Реакция экскурсантов на происходящее вокруг них является одной из частей экскурсионной деятельности.

Рассматривая восприятие экскурсионного материала экскурсантами, мы говорим об обыденном познании. В обыденном познании используется естественный язык. Обыденное познание приобретает в повседневной жизни каждым субъектом, оно подчинено решению непосредственных практических задач. Обыденное познание состоит из двух ступеней: чувственного познания (ощущения, восприятия, представления) и логического познания (мышления), которые служат основой экскурсии. Обыденное познание является составной частью обыденного сознания. В ходе экскурсионной деятельности экскурсанты, прежде всего не познают (в сравнении с научным способом познания), а оценивают экскурсионные объекты. «Оценивание – это акт творчества», подчеркнул Ф. Ницше. Своим ценностно-трансформирующим воздействием «повседневное сознание» не только участвует в передаче текущих социальных взаимодействий, но и активно создаёт и воспроизводит систему общественных отношений. В процессе прослушивания экскурсовода экскурсант не только осмысливает

новую информацию, но и формирует идеальный образ экскурсии, взаимодействуя с ней, не обременяя себя рационализацией или обоснованием новых данных, а скорее делая выбор принятия или отвержения.

Происходит деятельность по включению фактов новой картины мира в ту систему культуры, к которой относится мировоззрение экскурсанта. Самоопределение личности в историческом процессе обретает более глубокую направленность. Разъяснение определенного процесса реальности или даже просто факта часто приводит к радикальному переосмыслению уже имеющихся знаний человека. Это может вызвать коренное изменение способа, которым он взаимодействует с миром, а также пересмотр ценностей. Суть важности понимания заключается в том, что оно обеспечивает интеграцию самого сознания, объединение внутреннего мира человека и пространства его личности.

Столкновение различной информации, поступившей на различных экскурсиях, создаваемых внутри различных социумов, порождает феномен человека, умеющего свободно и творчески мыслить.

Известно, что будничная, «реальная» жизнь человека определенным образом организована, то есть существующие в будничном потоке жизни социальные институты обеспечивают социальную организацию, преодолевается хаос и обеспечивается социальный порядок. Вследствие этого реальность для человека – это мир социальных ролей, в основном предписанных и стандартизированных. Их разыгрывание происходит в строгом соответствии с имеющимися и выработанными в социальных институтах нормами, правилами, предписаниями.

Человек стремится «оторваться» от окружающей его реальности, отстраниться от нее на некоторое время, чтобы познать себя, свои неисчерпанные возможности, ощутить удивление. Удивление – это одна из сторон обыденного познания (восприятия), восприятия эмоционального, надолго оставляющего след. Именно на основе этой ступени чувственного познания формируются устойчивые представления, которые ведут к логическому познанию.

Еще Аристотель отмечал, что «все люди стремятся к знанию». Побуждением к исследованию служит нечто неизвестное, удивительное.

Удовлетворению естественного стремления к знанию, по Аристотелю, служит способность к наблюдению. Платон также усматривает в удивлении начало познавательного процесса. Удивление – это живительный источник. Более того, пользуясь современной экскурсионной терминологией, чем иным, как не экскурсией, мы можем назвать диалоги Сократа со своим учеником Федром?

Итак, экскурсия не может начинаться там, где нечто не воспринимается как удивительное, где не начинают искать причины, из-за которых нечто кажется удивительным, в первую очередь экскурсантам.

Удивление – это одна из наиболее сильных сторон в эмоциональном восприятии экскурсионной деятельности. И эта деятельность начинается задолго до начала собственно экскурсии. Онтология удивления представляет собой экзистенциальный опыт переживания необычности. Необычайное представляет осознанную границу познанного. Удивление, следовательно, имеет интенциональную характеристику. Оно формирует потребность субъекта (экскурсанта) в познании непознанного, в нахождении этому объяснения. Через испытанное удивление формируется внимание, направленное на экскурсовода. Акт коммуникации совершается только тогда, когда экскурсанты ощущают потребность в экскурсоводе как в переводчике необычайного, необъяснимого в понятное и объяснимое.

Следует заключить, что необычайность формируется через экскурсовода как явление непостижимости всего нашего бытия для индивида. Именно экскурсовод формирует чувство удивления, а, следовательно, и потребность в разрешении той ситуации, которая стала для экскурсантов удивительной. Экскурсовод должен добиться того, чтобы его понимали.

Далее, в ходе непосредственно экскурсионной деятельности, экскурсант подключает к чувственному восприятию реальности восприятие логическое, т. е. мышление. Формирование логического восприятия проходит под непосредственным руководством экскурсовода.

«Люди занимают разные позиции в общественном разделении труда, формируются в различных культурных традициях, поэтому их общение, реализация коммуникативных возможностей познания наталкивается, прежде всего, на проблему понимания. Восприятие и научение оказываются отдельными гранями этой проблемы» [50, с. 230].

Люди по-разному видят, по-разному воспринимают цвета и оттенки. Крайностью этого является дальтонизм. Люди по-разному слышат и произносят звуки. У логопедов есть такое понятие, как фонематический слух (например, петух в русском языке кричит: «Ку-ка-ре-ку», в английском: «кок-э-дудэл-ду»). Люди по-разному ощущают, мыслят.

«В логическом плане понимание – это умение воспроизвести ход мыслей собеседника, связать новую мысль с другими, усвоенными

ранее. ... Понимание – феномен передающегося знания. Понимать (или не понимать) можно только другое «я». В процессе понимания границы между «я» и «ты» исчезают, и достигается согласие, единоедушие, консолидация. Понимание другого означает проявление заинтересованности, обнаружение своих чувств» [50, с. 230].

Взаимосвязь экскурсовода и экскурсантов является одновременно взаимодействием обыденного уровня познания и научного. Это уникальный творческий процесс. И чем более успешен этот процесс, тем более удачна экскурсионная деятельность. В связи с вышесказанным изучение проблем формирования обыденного познания является в экскурсионном деле актуальным и необходимым.

Человек непрерывно находится в состоянии согласования и разногласия между своими чувствами, желаниями, представлениями, знаниями и своими подобными. Он также находит точки соприкосновения и расхождения между своими действиями и социокультурными нормами, которые преобладают в его обществе, в зависимости от его социального статуса, класса и национальной принадлежности. Этот процесс постоянного взаимодействия заставляет его интуитивно и иногда бессознательно, иногда же осознанно, соотносить природное с социальным, индивидуальное с коллективным, материальное с духовным. Мы должны в концепции согласия между экскурсоводом и экскурсантами учитывать такой немаловажный факт, как согласованность потребностей.

Экскурсионная активность в качестве формы коммуникации предполагает, что участники экскурсии готовы открыто принимать влияние извне. Соглашение здесь подразумевает интуитивное и разумное признание внешнего воздействия, подчинение этому воздействию и готовность в пределах возможного воспринимать чужие характеристики и адаптироваться к ним. Взаимопонимание как способ согласованности знаний в экскурсионной деятельности выражается в синхронии и синхронных движениях. У разных людей последние становятся очень похожими друг на друга после возбуждения их внимания. Синхронность движения экскурсовода и экскурсантов во время экскурсии ведет к закреплению такого феномена, как согласие в межличностной коммуникации. Экскурсовод должен вначале как бы подстраиваться под движение группы и одновременно организовывать и направлять это движение в нужную ему сторону, приобщаясь при этом к заданному ритму движения.

Движению в коммуникациях, в понимании придавалось всегда огромное значение. Н. О. Лосский писал: «...Лучший способ проник-

нуть вполне в тайники чужой душевной жизни есть не только восприятие ее, но и воссоздание в себе путем подражания» [51, с. 194]. Исследуя экскурсионную деятельность, можно сделать вывод, что внимание экскурсанта там было выше, где движение группы достигло почти синхронности.

Группа экскурсантов – это маленькая, временная социальная единица, состоящая из отдельных индивидов со всеми присущими им потребностями. С каждой экскурсионной группой заново создается история ее существования, у каждой группы свой характер, своя культура, свой быт, свое перераспределение социальных ролей.

Становление любой экскурсионной группы (как бы мала она ни была) закрепляется эмпирически устанавливаемым фактом выработки устных или письменных норм поведения. Развитие этих норм во время экскурсионной деятельности помогает в восприятии друг друга, принятии суждений друг друга. До конца разногласия неустранимы, их невозможно ликвидировать, но можно с ними сжиться, уменьшить их негативное влияние на экскурсионную деятельность, увеличив за их счет повышение эмоциональной стороны экскурсионной деятельности.

Конфликты экскурсантов между собой и экскурсантов и экскурсовода не упраздняются. Можно лишь отрицать многие методы и средства выхода из конфликтной ситуации. Одной из потребностей экскурсанта, «толкающей» его на участие в экскурсиях, является реализация индивидуального образа, которая составляет суть его экскурсионной практики.

Степень осознания человеком самого себя напрямую зависит от его умения управлять более высокими аспектами реальности. Символическая и глубоко абстрактная (метафизическая) сущность сосредотачивает силы внутренних стремлений человека и формирует всеобщий фундамент для осмысления его места в мире и для планирования собственного пути жизни.

Экскурсионная практика экскурсанта складывается поначалу спонтанно, стихийно, и все же посредством творческих усилий, творческого труда его и экскурсоводов, экскурсант может определиться в выборе следующих экскурсий. На «спонтанный», «стихийный» выбор влияет социальное окружение, престижность, реклама. Сознательный выбор нужной экскурсионной тематики определяется путем сравнения со своей индивидуальностью и принятия различных социальных ролей, что характеризует приспособительную, адаптивную сторону жизнедеятельности человека.

Деятельность человека как «сознательного существа» в отличие от жизнедеятельности животного «есть свободная деятельность» [22, т. 42, с. 93]. В данном случае интерес представляет свобода выбора вообще и свобода выбора участия в экскурсионной деятельности, в частности. В тоталитарном обществе при отсутствии разрешения на свободу выбора экскурсионная деятельность приобретала черты механистичности, запрограммированности, реактивности. В экскурсионной деятельности при принятии обязательного свободного выбора происходит познание человеком самого себя, сотворение им самого себя, своей социальной жизни и культуры. Только принимая во внимание свободное участие экскурсантов в экскурсионной деятельности, мы можем говорить об экскурсантах как о субъектах экскурсии. Свобода составляет основу самостоятельного характера жизненного процесса, т. е. является неотъемлемым атрибутом субъективности.

Выявление всех описанных атрибутов экскурсанта как субъекта экскурсионной деятельности свидетельствует о том, что при выборе экскурсий он никак не ограничивается пределами познавательной деятельности. Познавательная деятельность экскурсанта должна быть рассмотрена в соотношении с ценностно-ориентационной и практической деятельностью данного экскурсанта.

Только в таком случае экскурсионная деятельность вливается в общую линию сознательного творчества жизни индивида. Индивид не только наблюдает, смотрит, является зрителем, но и при помощи усвоенного материала меняет себя, открывает в себе и в мире нечто новое, более глубокое. Повседневность кажется скучной и возникает потребность к ее преобразованию. Отсюда после приближающейся к идеалу экскурсионной деятельности возникает ощущение чувства тоски, неполноты познания окружающего бытия.

Специфика практики проведения экскурсий заключается в том, что инструменты, которыми оперирует проводник экскурсии, представляют собой человеческие ресурсы. Усилия проводника экскурсии, обладающего интеллектуальными, эмоционально-волевыми, речевыми и коммуникативными способностями, направлены на развитие, улучшение и коррекцию именно этого потенциала – внутреннего мира, индивидуальной внутренней реальности. Другими словами, согласие и противоречие непрерывно взаимосвязаны, поддерживая баланс объектов и систем, но, меняясь местами по своей значимости, также вступают в дисбаланс.

Потребности экскурсантов играют важную роль, так как они становятся движущей силой их поведения, источником активности

и основой для системы мотивации. Эти потребности проявляются через мотивы, и всегда существует гармоничное взаимодействие между ними. Не только усвоение информации опирается на потребности и интересы, но и сам процесс выбора информации. Суть потребностей не заключается в прошлом опыте, а ориентирована на будущее. Они содержат в себе как усвоенные уроки прошлого опыта субъектов, так и программирование будущих образов жизнедеятельности, стимулируя личность создавать новые формы жизни.

Проблема выбора экскурсии экскурсантами ранее не получала специального внимания, хотя в нашей и зарубежной литературе было достаточно обсуждений о социальном выборе. Рассматривая комплекс условий, влияющих на степень реализации социального идеала выбора, можно выделить *объективные*, *субъективные* и *материальные* аспекты. В контексте нашей темы, выбор конкретной экскурсии под *объективными* условиями означает наличие определенных тем для экскурсий и социальную доступность обращения к разным направлениям. Под *субъективными* – ментальность, уровень образованности, уровень социализации индивида. Под *материальными* – наличие средств для того, чтобы оплатить расходы, связанные с посещением той или иной экскурсии. Три критерия выбора культурных объектов выделяются и у Л. Н. Когана [52], ими являются: содержательная составляющая, идеологическая составляющая и составляющая коммерческие интересы. Анализируя обе схемы, можно сказать, что, по сути, они не отличаются друг от друга.

Формулирование цели экскурсии очень тесно стоит с формулировкой и осознанием потребностей будущей аудитории. Потребность – это состояние субъекта, складывающееся на основе противоречия между имеющимся и необходимым и побуждающее его к деятельности по устранению данного противоречия. Потребность – одна из основных категорий, раскрывающих социальную деятельность личности, важнейший компонент «механизма» ее поведения.

Достаточно высокий уровень развития познавательных потребностей личности в значительной степени способствует рациональному использованию свободного времени. Но задача состоит не только в том, чтобы выявить общий уровень потребностей личности, но и в учете их динамики – изменения под влиянием социально-культурных факторов.

Исходя из существующих потребностей, формируется состояние «потребностей», которое действует как стимул для преодоления недовольства. Основным фактором выбора являются социальные ценности.

Ценность представляет собой элемент культуры, который регулирует процесс удовлетворения потребностей и интересов. Включенная в структуру личности ценность становится ориентиром для поведения – ценностной ориентацией.

Само по себе наличие потребности, интереса и ценностной ориентации еще недостаточно для включения механизма поведения, в том числе и общественного мнения. Все зависит еще и от знаний, представлений субъекта о возможных способах удовлетворения потребности.

Функции экскурсии относительно аудитории могут быть интерпретированы ею иначе, чем это предполагал коммуникатор (экскурсовод). С учетом интерпретации аудитории можно выделить следующие функции: информирование, обогащающее знание и опыт, формирование чувства освобождения от обязанностей, приятные воспоминания и ожидания, временное отчуждение, бегство от давления со стороны ближайшего окружения, компенсации за ощущения слабости, жизненные неудачи, укрепление или улучшение отношений со средой, индивидуализация, выделение из массы или, наоборот, желание быть как все.

Для того чтобы эту связь выяснить и четко определить цели и задачи экскурсии, требуется грамотное составление и проведение социологического опроса. Экскурсия – это товар, и при его формировании предложение диктуется спросом. Поэтому не менее важную роль в подготовке экскурсии играет изучение интересов будущих слушателей, процесса формирования общественного сознания. Их учет позволяет ориентироваться на определенную аудиторию.

Следует выделять и способность ценностного отношения к себе, которая обусловлена потребностями индивидуального существования субъекта, связана с такими конкретными действиями в процессе экскурсии, как измерение, сравнение себя с другими и с самим собой. Способность противостоять окружающему миру, позволяет экскурсантам принимать не все подряд, показываемое экскурсоводом, а только через его собственную призму социально-практических интересов. Способность отличать сущность от наличного бытия помогает формированию своего образа действительности, дающейся в экскурсионной деятельности.

Средства массовой коммуникации являются, в интересующем нас случае, видом рекламы, убеждающем купить тот или иной товар, ту или иную услугу, придерживаясь соответствующих данной рекламе идей, образов, убеждений. Ряд ученых предполагает, что СМК выполняют функции компенсации и замещения разрушенных социальных

связей. СМК создают в сознании индивида образ реальности. Телевидение «конструирует» реальность более чем какое-либо другое средство массовой коммуникации. Но эта «реальность» ложная, она не дает возможность социализироваться субъекту, помещает его в мир иллюзий.

«Духовное производство большую часть общества устранило от активного участия в культурном процессе. Танцуют, поют, едят, рисуют, соревнуются, ставят рекорды редкие профессионалы, остальные довольствуются тем, что смотрят, слушают, читают. Доля пассивного наблюдателя сдвигается установкой духовного производства на удовлетворение потребностей публики в наслаждении. Духовное производство ищет и находит возможности компенсировать пассивность зрителя иллюзией, что созерцание – это и есть высшее удовольствие и счастье. ...Легкие, развлекательные жанры в СМК завоевывают высшие рейтинги публики. Происходит заметное ослабление потребностей в систематическом, глубоком мышлении среднего индивида» [17, с. 23].

Телевидение способствует формированию «медиа-гуру» в обществе, которые, благодаря умелому использованию формата телевидения, обретают способность манипулировать социальным временем. Теперь их эмоциональный опыт не зависит от реального присутствия в определенном месте или участия в социальных событиях, а определяется наличием телевизора. В этом контексте индивидуальная личность лишается способности противостоять воздействию этих «медиа-мудрецов».

Экскурсионная деятельность как вид социальной коммуникации воссоздает утраченные социальные связи, влияет на формирование потребностей, общественных отношений. В экскурсионной деятельности в результате освоения общественных отношений через связь «экскурсант – экскурсовод – социум» вырабатывается определенного типа мировоззрение. Именно в экскурсионной деятельности можно четко проследить взаимодополняемость и взаимообусловленность практической и познавательной деятельности.

Экскурсионная деятельность – вид духовного производства, но такого, где его участниками являются сами зрители, наблюдатели. Они тем и ценны, что происходит одновременно и удовлетворение потребности индивидуумов в наслаждении, и активизация мыслительного процесса у этих же индивидов. Это вид не простого созерцания, а созерцания активного.

Обозначается проблема активности личности. Экскурсионная деятельность должна быть поставлена так, чтобы человек мог в ней участвовать реально, деятельностно, и мог созерцать себя самого в процессе этой деятельности.

Социальная жизнь дана экскурсантам под видом индивидуальной жизни экскурсионных объектов, то есть непосредственно. Экскурсант выносит из экскурсии впечатления. «Впечатления – это нити, образующие поверхность ковра, тогда как узлы с изнанки – переплетения идеальных путей, ведущих к другой, более глубокой реальности» [53, с. 62]. Именно впечатления участвуют в создании идеального образа экскурсии, который конкретизируется не в какой-либо материи, не в душе, а в перспективе развития общества.

Экскурсант, как правило, находится в неопределенной информационной среде, которая предполагает следующие параметры: отсутствие информации о некоторых объектах (или неполнота информации или отсутствие знания о данных объектах вообще); наличие неправильной информации о некоторых объектах. Здесь проявляется возрастающая роль экскурсовода, как коммуникатора. Именно в неопределенной информационной среде, как правильно указывал Г. Г. Почепцов, проявляются, возможно, резкие изменения отношения в оценке культуры какой-либо общности людей.

Итак, через экскурсионную деятельность в общественном мнении реализуется одна из функций общественного сознания – аксиологическая, которая определяет оценку ситуации и выбор линии поведения людей. Ценностная структура общественного и индивидуального сознания – устойчивое образование, дающее о себе знать на всем протяжении экскурсии. Взаимодействие экскурсовода, экскурсанта и общества подразумевает развитую коммуникативную цепь. Деятельность по самореализации всех субъектов экскурсии может рассматриваться через совокупность множественности различных коммуникативных связей общества и его элементов – индивидов. Экскурсионная деятельность проходит как некая практическая форма осмысления определенных, специфических целей и интересов. Экскурсовод, как прожектор, высвечивает невидимое, ускользающее и затемняет второстепенное. Экскурсовод работает с символами. Символику задает социум. И отношение к экскурсанту, как субъекту экскурсии, задает социум. Рассмотрение же этого взаимодействия предлагается произвести на основе предложенных ниже экскурсионных моделей.

Экскурсионный объект воспринимается экскурсантами не так, как его воспринимает экскурсовод. Новое знание формируется путем перекрывания и сопоставления с предыдущими знаниями, которые у каждого разные. Это процесс внутреннего инверсированного отражения старых знаний внутри субъекта и на этой основе восприятия и усвоения нового. К. Линч отмечал, что необходимость распознать и мысленно обрисовать окружающую нас обстановку столь существенна и так глубоко укоренилась в нашем сознании, что такой образ обладает для индивида и практической, и эмоциональной важностью [32, с. 17].

Обратимся опять к К. Линчу: «Образы окружения суть результат обратной связи между наблюдателем и его окружением. Окружение предлагает членения и зависимости, а наблюдатель, обладая высокой степенью приспособляемости и исходя из собственных нужд, отбирает, организует и наделяет значением то, что он видит» [32, с. 19]. К. Линч подчеркивает, что образ должен служить ориентацией в обжитом пространстве, он должен быть достаточным, верным в прагматическом смысле, давать индивиду возможность действовать в желаемых пределах окружения. Желательно, чтобы образ обладал открытостью, способностью вместить в себя изменения, давая возможность продолжить исследования и упорядочивать действительность.

Процесс формирования идеального образа экскурсий можно рассматривать по различным основаниям: по уровню социальной общности, к которой адресована экскурсия, сфере общественной жизни, на которую она направлена (политика, экономика, социальная сфера, культура и быт); степени развитости (рассмотрение одного или нескольких аспектов экскурсионной темы с той или иной степенью глубины); степени идеологизации; общей направленности (положительное – отрицательное); степени интенсивности (сильное – слабое); и методам воздействия на экскурсанта (убеждение, внушение, подражание).

В экскурсиях на природу и в природу первым вопросом встает не способность человека изменить законы природы, а в первую очередь изучить их и приспособить к ним свою деятельность. «Человек не только изменяет форму того, что дано природой; в том, что дано природой он осуществляет вместе с тем и свою сознательную цель, которая как закон определяет способ и характер его действий и которой он должен подчинять свою волю» [22, т. 23, с. 189]. «Первое, очевидное, что определяет лицо народа, – это ПРИРОДА, среди которой он вырастает и совершает свою историю. Она фактор, постоянно действующий» [54, с. 27]. «Историю можно разделить на историю природы и историю людей», – писал

К. Маркс. «Однако обе эти стороны неразрывно связаны; до тех пор, пока существуют люди, история природы и история людей взаимно обуславливают друг друга» [22, т. 3, с. 16].

Воздействие экскурсионной деятельности через формирование идеального образа экскурсии на общественное мнение осуществляется по нескольким направлениям. Во-первых, экскурсия является проводником социальной информации, так как распространяет, разъясняет, закрепляет в сознании людей знания из разных областей человеческой деятельности. Во-вторых, она выступает как средство воспитания, поскольку приобщает людей к определенной системе ценностей. В-третьих, активно влияет на поведение.

В. В. Егоров трактует наглядные образы массового сознания и менталитета общества как социально-культурные феномены. «Наглядные образы культуры, сознания людей представлены как средство выражения и функционирования менталитета общества» [38, с. 9]. Э. В. Ильенков указывает на важность существования идеальных образов в человеческом сознании, как определяющих способ и характер поведения человека или общественного класса. «Идеальное само по себе – это общественно определенная форма жизнедеятельности человека, соответствующая форме ее предмета и продукта» [55, с. 204].

Чувственное восприятие экскурсионных объектов должно сопровождаться активным анализом, направленным на познание их сущности. Если словесная информация велика по объему и не совпадает со зрительным восприятием, то пока в сознании экскурсантов укладывается смысл речи экскурсовода, экскурсионные объекты остаются далеко позади. Экскурсионная деятельность дает возможность познания субъектом экскурсии сущности объекта на одном единственном образце.

Она дает выход за пределы наличного, индивидуального бытия субъекта. Экскурсант видит и чувствует по-другому, углубляя свой уровень временного восприятия пространства. Специфика восприятия экскурсионного материала определяется континуальностью пространства и времени. Пространство, в котором разворачивается экскурсионная деятельность – это последовательность истории. В центре ее стоит взаимодействие различных по времени появления образцов единой идентичности.

Освоение пространства требует от субъекта соответствующих познавательных ресурсов и жизненного опыта. Активное практическое отношение человека к миру требовало освоения окружающего мира, в том числе и времени.

Гармония и целостность внешнего мира не суть порождения органов чувств. К чувствам присоединяется мозг, накопленный в мозге прошлый опыт, ум, способный извлекать инварианты, синтезировать фрагменты чувственных впечатлений. Человек, отражая мир, всегда решает определенные задачи. Окружающий мир воспринимается через призму «идей», мыслей, настроений. Человек является существом не только воспринимающим, но и пристрастно стремящимся к чему-либо. Отражение объекта сопровождается обратной проекцией содержания сознания на внешний мир, человек видит не только то, что находится на поверхности видимого мира, но и то, что находится в его глубине. Мы способны воспринимать не только внешние воздействия на нас, но и содержание наших мыслей. Мировоззрение, которое представляет собой теоретическое понимание мира, тесно связано с мировосприятием, формирующим способ визуального восприятия мира. Люди, обосновавшие свои взгляды в рамках мировоззрения, ощущают эти взгляды не только как составные части своего внутреннего ментального мира, но и как сущий мир, существующий независимо от их сознания, как объективную реальность. О понимании идеального как особого социокультурного предмета – репрезентанта, как особой структуры материальной человеческой деятельности писал Э. В. Ильенков [55, с. 131]. Д. В. Пивоваров продолжает его мысли: «Поскольку именно взаимодействие субъекта и объекта, существенно отличающееся от обычного природного взаимодействия, порождает феномен идеального, постольку можно говорить об идеальном как особой функции социального взаимодействия субъектов друг с другом и их воздействия на предметы природы» [56, с. 17]. «Идеальное есть особый, характерный только для взаимодействия субъекта и объекта способ существования информации. Следовательно, идеальное – суть особая, присущая только человеку форма отражения действительности, составляющая внутренний план взаимодействия субъекта и объекта, переноса информации от субъекта к объекту и обратно. Идеальное как специфический вид взаимоотражения субъекта и объекта, управляя вещественно-энергетической стороной их взаимодействия, выступает внутренним фактором саморазвития этого взаимодействия, его творческим началом, самогенератором» [56, с. 18]. Идеальный же образ, по Д. В. Пивоварову, – образ сознания как продукт отражения с репрезентацией.

Экскурсионная деятельность как форма коммуникации протекает в основном в рамках двух основных каналов человеческого восприятия: слухового и визуального. Именно в этой области чувств у человека оказались более совершенные порождающие и анализирующие аппараты. Собака, к примеру, может различать сорок тысяч вариантов

запаха, что недоступно человеку. Механизмы анализа и порождения должны дополняться соответствующими механизмами запоминания.

«...Мышление же невозможно без продукта воображения – представления» [57, с. 161]. Идеальный образ экскурсии не сможет сложиться, если экскурсоводы в процессе ведения экскурсии не используют приемы мнемотехники, аналогии, симпатии и др.

Аналогия, как считает Мишель Фуко, это «старое понятие, известное уже греческой науке и средневековому мышлению; однако его использование, по-видимому, стало иным. ...Подобно соперничеству, аналогия обеспечивает удивительное столкновение сходств в пространстве; однако она говорит, ...о взаимной пригонке вещей, их связях и соединениях. Ее могущество велико, так как рассматриваемые ею подобия – не массивные, зримые подобия вещей самих по себе, а всего лишь более тонкие сходства их отношений. Облегченная таким образом аналогия способна установить неопределенное число черт родства, исходя из одного и того же момента. Посредством аналогии, могут сближаться любые фигуры мира. Эта точка – человек» [58, с. 45]. «Наделенные ресурсом зримой аналогии образы способны помочь субъекту увидеть, постичь искомое» [38, с. 12].

Для лучшего восприятия можно обратиться и к таким свойствам человеческой психики, как симпатия и антипатия. «Антипатия сохраняет вещи в их изоляции друг от друга и препятствует их уподоблению; именно постоянное равновесие симпатии и соответствующей ей антипатии обеспечивает тождественность вещей, то, что они могут выходить друг на друга, сближаться между собой, не поглощая друг друга и не утрачивая при этом своей неповторимости» [58, с. 54].

Трудность показа объектов в том, что показ представляет собой процесс наблюдения объектов в естественной обстановке, когда они являются доступными непосредственному восприятию экскурсантами. Но объект-символ должен быть соответствующим образом оформлен. Он должен быть как бы в рамке окружающего его бытия. На визуальном уровне существуют, как отмечает А. Маслоу, предварительные нормы, определяющие форму необходимого сообщения от объекта. Маслоу смотрит на проблему еще шире, когда говорит, что нехватка красоты может быть патогенным фактором. «Чтобы доказать это положение, я предпринял ряд экспериментов, связанных с красивым и уродливым. Так, например, я предъявлял испытуемым фотографии обычных людей, снятых в неприглядной обстановке, и испытуемые склонны были описывать этих людей как психотиков, параноиков или преступников. Это говорит

за то, что в уродливом окружении лица людей и, вероятно, сами люди будут казаться нам плохими, уродливыми, неприглядными» [59, с. 205]. В принципе, то же самое можно сказать и об экскурсионном объекте. Экскурсионный объект должен быть в окружении эстетически приемлемой обстановки.

Именно при экскурсиях для местного населения на такие объекты повышается чувство патриотизма, любовь и понимание собственной культуры, бережное отношение к миру бытия человека. «...Красота есть безгрешная святая чувственность, осязаемость идеи. Красоту нельзя ограничивать каким-либо одним чувством, например, зрением. Все наши чувства имеют способность ощущать красоту: не только зрение, но и слух, и обоняние, и вкус, и осязание» [60].

«Оформлению» экскурсионных объектов помогает правильно спланированное движение экскурсовода и экскурсантов. Знание «реализуется благодаря опосредующим движениям. ...В одном и том же движении может реализоваться различное знание» [29, с. 97].

Идеальный образ экскурсии не может возникнуть без совокупности мельчайших движений. «Движения конституируют смысл наличного зрительного впечатления: не будь этих синтетических актов, едва ли можно было бы еще говорить о каких бы то ни было впечатлениях; это до и это после, являющиеся коррелятами упомянутых актов, даны не как пустые формы, однородные и безразличные рамки, – они суть конкретные и индивидуальные отношения, в которых актуальное ощущение находится с конкретными и индивидуальными впечатлениями, предшествующие этому ощущению и следующие за ним» [29, 153].

Любое, даже самое точное описание или прогноз может оказаться недостоверным из-за динамичных изменений среды. «Разумеется, в старинной вещи ухватывается не реальное время, а лишь его знаки, культурные индексы. Они аллегоричны и тем самым не противоречат организации целого: здесь все осуществляется через знаки, от них не ускользает ни природа, ни время» [61, с. 83]. Поэтому экскурсовод часто использует зрительную реконструкцию, которая воссоздает внешний облик утраченного объекта или внешнюю картину события, поведения лиц, введенных в рассказ экскурсовода. Вспомним фразу Э. Тоффлера, что воображение будет столь же важным фактором, как и информация вообще. Поэтому, экскурсовод должен сделать все от него зависящее, чтобы возбудить воображение экскурсантов. И тем не менее в экскурсионной деятельности присутствует эффект отстранения, создания нового взгляда даже на старый и известный объект.

Ю. М. Лотман пишет: «Можно рассматривать два случая увеличения информации, которой владеет какой-либо индивид или коллектив. Один – получение извне. В этом случае информация вырабатывается где-то на стороне и в константном объеме передается получателю. Второй – строится иначе: извне получается лишь определенная часть информации, которая играет роль возбудителя, вызывающего возрастание информации внутри сознания получателя» [62, с. 18–19]. У М. Хайдеггера: «...Продвижение к вещам есть обстоятельная работа, прежде всего призванная устранить предрассудки, закрывающая от взгляда вещи» [39, с. 32].

В экскурсионной деятельности мы имеем дело с образным восприятием вещей-объектов. Для въездных групп оно формируется сразу же, с первым знакомством с объектом. Объект становится символом какого-то события, действия, явления. Проблема здесь состоит в наиболее приближенном к изначальному, генетическому толкованию этого символа представителями другой культуры. На разном понимании одинаково звучащей (а не визуально представленной) символики делал акцент Г. Д. Гачев: «Беда же в том, что об этой разности разумеемого и подразумеваемого под одними и теми же терминами и словами в большинстве случаев и не подозревают. Чтобы мнимое взаимопонимание максимально приближалось к действительному, надо делать поправку на национально-историческую систему понятий и ценностей, т. е. учитывать, что представитель другого народа может видеть мир несколько иначе, чем я. ...Самая трудная задача – определить логику мышления другого народа, национальный Логос» [54, с. 15]. Образ уже содержится в термине, его обозначающем.

В экскурсиях для местного населения экскурсант видится как субъект аутокоммуникации. «Субъектом аутокоммуникации может быть не только личность, но и класс или социум в целом, и тогда эта проблема приобретает интереснейший социально-психологический и идеологический повороты. Ведь диалог между разными идеологами одной и той же социальной группы или социально-однородного общества, в ходе которого обсуждаются важные проблемы жизни и развития этой группы или этого общества, есть, по сути дела, не что иное, как своеобразная аутокоммуникация этого социального организма, его спор с самим собой, который лишь ведется устами персонифицирующих его представителей» [21, с. 87–88]. Аутокоммуникация в экскурсионной деятельности рассматривается в качестве сложного процесса по формированию символов собственной культуры, исходя из целей и потребностей общества и индивидов.

Изначально вещи-объекты воспринимались только со стороны «простого схватывания», «данности вживе» (которую следует отличать от «самоданности») [39, с. 45]. Научить схватывать что-либо как изображенное, которое имеет совсем другую структуру, – вот одна из наитруднейших задач экскурсовода. Требуется развить образное сознание экскурсантов. Только тогда вещь-объект будет рассматриваться как символ собственной культуры.

Г. Д. Гачев, на наш взгляд, более точно поясняет суть данного типа восприятия. Он обращается к известной поговорке: «новое есть хорошо забытое старое». ...Тем труднее и важнее работа УЗНАВАНИЯ открытой кем-то иль общей истины, иль проблемы – в новых явлениях и непредвидимых случаях жизни. ...Акт узнавания – и совершается в “жизнемысли” = мысли экзистенциальной: всеобщая сущность как порождается в частном существовании – уловить это – вот в чем азарт» [63, с. 5].

Вот почему наши экскурсанты не стремятся посетить родные места. И дело здесь совсем не в имидже. Реклама для местного населения должна быть построена иначе. Обычная вещь вдруг понимается как символ, и, пройдя процесс преобразования через экскурсовода, начинает «разговаривать» с экскурсантом, доносить до него социально значимую информацию. Знание должно замещаться узнаванием. Вещи-предметы не говорят. Ими пользуются. Между ними проходят как в толпе между людьми, их не видят, не слышат и не узнают.

Изначально общество может и не осознавать всей привлекательности своего образного мира, уникальности культуры. Тем не менее по мере развития и для достижения целей выживания и развития подобное осознание становится настоятельно важным. В настоящее время невозможно обойтись без исследования того, как внерациональные символические и стилевые основы культуры способны влиять на ход событий в общественной жизни.

Глубокое и адекватное понимание тайного и оригинального в жизни определенного общества не разрушает и не исчерпывает эту тайну и оригинальность. Напротив, такие знания способствуют появлению нового ресурса для самосовершенствования внутри общества. Особенная социальная система, когда она раскрывает уникальность и привлекательность свойственной ей культуры, способна продлить свою жизнь и укрепить свои силы.

Экскурсионная деятельность может давать импульсы для определенного социального поведения. Важно не сказку сделать

былью, а поддержать, укрепить наилучшие моменты русской ментальности. Мы действуем в настоящем, перестраивая окружение для будущего. Мы вспоминаем сейчас и учимся тоже сейчас, то есть, преобразуем самих себя, чтобы более эффективно действовать в будущем [32, с. 179]. Экскурсионная деятельность, таким образом, может трактоваться как деятельность, способная повысить интенсивность воспоминаний и обучения, связь сиюминутного с широчайшим диапазоном времен. Образ будущего зависит от нашей способности осознавать и связывать между собой следствия настоящего, он тем самым зависит и от наших наиболее общих представлений. «Наглядные образы аккумулируют не только известное, познанное, но и неизвестное на пути субъекта к познанию, прочувствованию» [38, с. 13].

Можно говорить о распределении неопределенности, при котором мы лучше знаем объекты мира вокруг нас и хуже объекты, отдаленные от нас. Но сегодня как правильно отмечает Г. Г. Почепцов, «масс-медиа ...нарушают это распределение» [19, с. 162], к примеру, мы можем ничего не знать о тех людях, в честь которых названы улицы нашего города, не знать об уникальных памятниках природы, которые составляют гордость нашего отечества и имеют довольно подробную информацию об улицах Чикаго и природных аномалиях по руслу реки Амазонки.

Способ жизни общества, отраженный в наглядной форме, представляет собой целостную структуру, способную объединять и систематизировать более конкретные образы, которые совместно работают в формировании общего образа и действуют как агенты восприятия для индивида. Этот образный аспект имеет не только значимый познавательный потенциал, но и носит ценностное значение, так как может восприниматься субъектом как эстетическая ценность. В качестве вдохновляющего и структурирующего фактора в жизни социального индивида наглядный образ реализуется через направленность поведения людей, оказывая значительное влияние на сохранение и изменение установленных норм социальной жизни. Наглядные и осязаемые образы способны подниматься выше обыденного уровня сознания и помогать раскрывать суть и ключевые формы обширных, социально значимых явлений и процессов, стимулируя активные социальные действия со стороны индивида. В этих образах отражается и формируется менталитет общества [38, с. 13–14].

«Коммуникативная функция визуального мышления выражается в дополнении речевого общения и усилении взаимопонимания людей...» [56, с. 116]. Тогда, когда мы говорим о согласии, толерантности, взаимопонимании, эта черта экскурсионной деятельности становится одной из наиболее важных черт.

Итак, экскурсионная деятельность имеет коммуникативные основания, в которых отражаются наиболее общие связи индивидов и социума во всех их пространственно-временных аспектах (рис. 4).

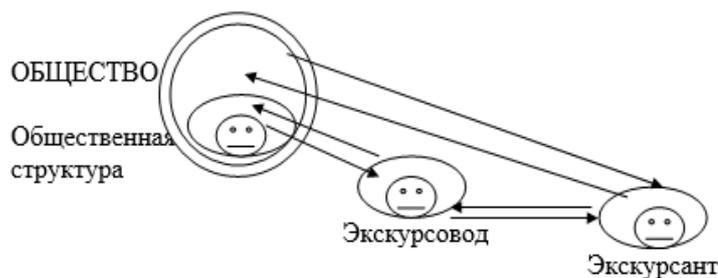


Рис. 4. Взаимодействие экскурсовода и экскурсанта как акт социальной коммуникации

Экскурсионная деятельность как вид коммуникации осуществляется не только на основе слов естественного языка, а, в первую очередь, наглядных пространственно-временных схем, объективирующихся в экскурсионных объектах. Гносеологическая функция экскурсионной деятельности заключается в осмыслении модели свободного волеобразования в условиях коммуникативного сообщества, принуждающего всех своих членов к сотрудничеству. «Парадигма познания предметов должна смениться парадигмой взаимопонимания между субъектами, способными рассуждать и действовать» [64, с. 306].

Онтологическая функция экскурсионной деятельности состоит в расширении и углублении идеального образа человеческой реальности как на индивидуальном, так и на общественном уровне. Экскурсионный объект, в основном, говорит не о том событии, которому посвящается, а о том, во время которого он создавался, открывался, обосновывался.

Итак, мы выделили цепочку «объект – символ – текст – идеальный образ экскурсии», раскрыли суть преобразования экскурсионного объекта в идеальный образ экскурсии. Экскурсионный объект – это объект, который выделяется субъектом в качестве символа какой-либо стороны человеческого бытия. Экскурсионные объекты – это «свернутая» история социума. Экскурсионные объекты – это материализованная историческая память социума.

В данном виде памяти должны существовать и какие-то случайные залежи, которые обнаруживают неожиданные взаимосвязи через уникальное взаимодействие трех субъектов экскурсии: экскурсовода, экскурсанта и общества.

## *Вопросы по теме*

1. Какие этапы развития экскурсионной деятельности в России вы знаете?
2. Что создает педагогическую потребность в экскурсионном типе обучения?
3. Как вы понимаете «активную роль» адресанта передаваемой на экскурсиях информации?
4. Дайте определение экскурсионной деятельности.
5. Почему экскурсионная деятельность является формой отражения социокультурного развития?
6. Дайте характеристику экскурсионному объекту.
7. Как происходит соотношение вербальной и невербальной коммуникации в экскурсионной деятельности?
8. Что такое экскурсионный показ?
9. Какие барьеры коммуникации вы знаете?
10. Охарактеризуйте взаимосвязь экскурсовода и экскурсанта.
11. Что такое экскурсионная практика экскурсанта?
12. Что из себя представляет аутокоммуникация в экскурсионной деятельности?
13. В чем состоит онтологическая функция экскурсии?
14. Какой этап истории экскурсионного дела в России характеризуется расцветом частных коллекций, образованием выставок и музеев?
15. Какой этап истории экскурсионного дела в России связан с внедрением экскурсий в образовательный и педагогический процесс?
16. Какой этап истории экскурсионного дела в России характеризуется проведением экскурсий с целью получения эстетического наслаждения и отдыха?
17. Какой этап истории экскурсионного дела в России связан с Октябрьской революцией 1917 г. и использованием экскурсий для политической пропаганды и перевоспитания народных масс?
18. Какой характер имеет экскурсионная деятельность в период тоталитарной идеологии советского общества?
19. Какой функцией обладает экскурсионный объект?
20. Что понимается под личностью экскурсовода?

21. Что происходит только при визуальной коммуникации с экскурсионным объектом?
22. Какое значение имеет вербальная коммуникация при восприятии экскурсионных объектов?
23. Какой выбор осуществляет экскурсовод при показе объекта?
24. Что дает дифференцированный подход к экскурсантам?
25. По каким признакам можно классифицировать экскурсионную аудиторию?
26. Что происходит в процессе экскурсионной деятельности?
27. Какие нормы поведения формируются в экскурсионной группе?
28. Что является источником познавательной активности экскурсанта?
29. Какие потребности играют важную роль в поведении экскурсанта?
30. Какие параметры характеризуют неопределенную информационную среду экскурсанта?
31. Что определяет и как формируется идеальный образ экскурсии?

## Глава 3

### СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ МОДЕЛИ КОММУНИКАТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЭКСКУРСИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

#### 3.1. Манипулятивная модель

При социально-философском анализе экскурсионного процесса выделяем манипулятивный вид модели экскурсии. К этому привел анализ экскурсионных процессов в «Аномальных зонах», например, под д. Окунево Омской обл.

Такая модель получает развитие на фоне общего снижения объема духовных ценностей. Формирование оценочных суждений экскурсантов предполагает целенаправленное, сознательное воздействие на процесс их становления с целью достижения экскурсоводом или фирмой узко групповых интересов, т. е. формирование культурных потребностей личности попадает в сеть манипулирования этими процессами. Поэтому исследования данной модели экскурсионного обслуживания приобрело характер злободневности.

Такие экскурсии проводятся для избирателей в предвыборную кампанию, для проверяющих работу предприятия вышестоящих инстанций и для выработки общественного мнения с целью поддержания определенных интересов в правительственных кругах.

Эти экскурсии предполагают возможность управления поведением людей посредством коммуникаций, формирующих искаженное отношение к действительности. Роль и границы воздействия такого вида экскурсий на индивидуума крайне разнообразны, они изменяются по степеням общественного развития, по национальностям, по сословиям, по уровням образованности и т. д. Четко прорисовывается то, что манипулятивная экскурсия паразитирует на потребности индивида реализовать собственные жизненно-сущностные силы и персонифицироваться.

Энергия жизненных стремлений, которая имеет относительно свободную и неопределенную природу, усиливает определенные намерения сознания. Эти намерения начинают играть чрезмерно важную роль для экскурсанта, они словно «захватывают душу». В процессе социокультурного развития человека через механизмы воздействия вещей и сублимации возникает эффект «резонатора». Он проявляется в том, что энергия жизненных стремлений, которая является

относительно свободной и неопределенной, направляется на поддержание определенных целей сознания. Эти цели приобретают чрезмерно высокое значение для каждой индивидуальной личности, превращаясь в значительные аспекты человеческого внутреннего мира. В манипулятивной экскурсии ярко вырисовывается искаженная социализация, набор ценностей и практик, которые были у индивида, подвергается сомнению. Создается мир символической реальности. «В вещи хотят увидеть бога, не прибегая к искусству, другими словами, абсолютное существо хотят внутренне созерцать при помощи фантазии, бога хотят втиснуть во временное, чувственное» [65, с. 21].

Как экскурсионные объекты воспринимаются не только зримые образы, но и музыка, запах, которые идеально выражают символ. Здесь прообразы идей, миров, существ. Речь здесь является психотропным средством. Она возникает как голос, как вопль экстаза, размеренный ритмом экстатических телодвижений. Роль ритуала следует рассматривать в контексте концепции «демонстративного манипулирования».

Ведущим способом манипулирования является «игра». Экскурсант, погруженный однажды в поле манипулятивных экскурсионных игр, долгое время не может из него выйти. Часто для дальнейшей социализации индивидуумов это не проходит бесследно. Они оказываются как бы выпавшими из всего социального процесса общества, в котором живут.

Иерархия эффектов активно используется в практике не только обыкновенного показа объектов и рассказа о них, но и показа как бы присутствующих, но не всем видимых объектов. Возбуждается непомерное желание их увидеть и через процесс видения невидимого стать посвященным, и, следовательно, значимым, особенным. Потеря иллюзорной значимости для индивида трагична и болезненна.

Подсознательно ощущая это, индивид будет любыми способами поддерживать поле манипуляционного воздействия и после окончания экскурсии, вовлекая в него новых членов. Весь экскурсионный текст, вся полученная информация принимают форму мифа.

Одной из основных особенностей мифа является то, что миф не повествует о чуждых человеку событиях, он рассказывает о событиях, в которых человек задействован. В мифе все может быть; кажется, что последовательность событий в нем не подчиняется правилам логики и нарушает закон причинности. Любой субъект может иметь здесь любой предикат, любые мыслимые связи возможны.

Г. Г. Почепцов довольно подробно рассмотрел две мифологические модели коммуникации: К. Юнга и К. Леви-Стросса, которые изучали миф в современных обществах. Одной из основных особенностей мифа является то, что миф не повествует о чуждых человеку событиях, он рассказывает о событиях, в которых человек задействован самым активным способом.

Ю. Лотман выразил это следующими словами: «Миф всегда говорит обо мне. «Новость», анекдот повествуют о другом. Первое организует мир слушателя, второе добавляет интересные подробности к его знанию этого мира» [66, с. 210].

В манипуляционных экскурсиях подача материала строится на мифологическом сознании индивидов. Миф соединяет в себе рациональное и иррациональное. Рациональное, поскольку без него не может мыслить себя современный человек, а в попытках управляемости и понятности окружающего мира он находит успокоение. Но иррациональное в мифе еще важнее, поскольку затрагивает в человеческой душе те «болевые» точки, которые находятся вне сознания человека, вне его рационализма. Эффективность воздействия мифа связана с заранее заданной его истинностью. Мифологическое не проверяется. Если ему нет соответствия в действительности, то в этом вина действительности, а не мифа. Тогда начинает препарироваться и подгоняться действительность, а не миф. «Задача мифа заключается в том, чтобы придать исторически обусловленным интенциям статус природных, возвести исторически преходящие факты в ранг вечных» [67, с. 111]. Мифологическое может быть исправлено только на своем уровне. То есть миф из случая делает правило, обязательное для всех. Трактую миф, функцию которого мы видим не в том, чтобы рассказывать о прошлых событиях, или выражать человеческие фантазии, определим, что функция мифа является сущностно социальной. Он выступает в роли основы для установления социального порядка и предоставляет набор образцов нравственного поведения. В другом своем произведении он более подробно раскрывает цель мифа. Это не просто рассказ, активно действующий фактор, не интеллектуальное объяснение или художественная фантазия, а скорее «практическое руководство» примитивной веры и моральной мудрости.

Ритуалы, обряды, обычаи и социальные институты порой заключают в себе прямые мифологические коннотации и считаются производными от тех или иных мифических событий. Культурный факт является памятником, в котором воплощен миф, а миф считается

подлинным источником, из которого родились мораль, социальное группирование, обряды и обычаи. Таким образом, священные сказания – это функционально интегрированная часть культуры. Миф странным образом работает в нереализуемом пространстве. Пространство нормы отличается от пространства мифа. В мифологическом пространстве рядом, невидимо присутствуют параллельные миры, тонкие сущности, коридоры, ведущие в никуда. Чтобы попасть в эти пространства, чтобы увидеть невидимое, требуется приобщиться к ритуалу, прийти в экста- тическое состояние.

К. Юнг и М. Элиаде отмечают вневременной характер мифа (коллективного бессознательного), откуда следует, что «при малейшем прикосновении к его содержимому человек испытывает «переживание вечного» и что именно реактивация этого содержимого ощущается как полное возрождение психической жизни» [68, с. 135].

Итак, манипулятивный тип экскурсионной модели работает только тогда, когда вся экскурсионная деятельность принимает структуру мифа. Миф в этом случае представляет собой определенную грамматику поведения. Экскурсия такого типа надолго оставляет отпечаток не только в сознании субъекта, но и в психике, в его поведении. Она проникает в кровь и плоть каждого, и, следовательно, выполняет серьезные функции, будучи по сути своей элементом несоответствия действительности.

Для них характерна определенная узнаваемость – это не новая информация, а как бы реализация уже известной нам схемы. Часто под эту модель, фрейм, стереотип мы даже начинаем подгонять действительность.

Мифологические тексты не проверяемы. Их принципиально нельзя опровергнуть, можно только подтвердить новым примером, поскольку они часто из другой точки пространства и времени. Не следует забывать и о том, что образ любого оппонента очень легко трансформируется в образ «врага».

Важную организующую роль в данном типе экскурсий играет ритуал. Ритуал есть понятие, отнесенное к коллективным, общественно оцененным действиям, имеющим определенный, закрепленный традицией инвариант. Индивидуальный поиск нового ритуала (= усовершенствованию старого, так как между старым и новым способом поведения не может быть пропасти, даже если переход от одного к другому имеет революционный характер) связан с задачей вписаться в этот наличный коллективный инвариант, совместить свое единственное место в бытии с традиционно-повторным инвариантным местом

в общественном ритуале. Решение этой задачи есть поступок внутренней игры, которая может протекать в двух планах: общественно значимого изменения ритуала, проходящего через кризисные ситуации общения (собственно игра-поступок), и принятие условий «старого» ритуала как правил игры, которую почему-либо необходимо вести в данном социуме, избегая кризисных ситуаций. Ритуал фактически задает правила игры индивидуальному поступающему сознанию.

Здесь следует вывод, что экскурсионная деятельность требует внимания со стороны государства, общественности, и, как следствие, определенной корректировки формы государственного регулирования экскурсионным процессом, способом реализации и формирования духовной политики в обществе.

## 1.2. Модель общественного информирования

Является проводником социальной информации, так как распространяет и разъясняет научные, актуальные, злободневные, оперативные, исторические и т. п. факты и знания.

Экскурсовод в этом случае не ставит своей задачей приращение абсолютно нового знания.

Информация служит своего рода основой для эффективного воздействия, позволяет точно и своевременно помочь человеку с целью более продуманного, взвешенного выбора.

Тем не менее следует подчеркнуть, что в массовой аудитории имеющаяся информация претерпевает определенную трансформацию.

Изменение этой информации происходит благодаря выявлению ее связи с интересами и потребностями экскурсантов. Задача экскурсовода выявить интересы и потребности личности, социальной группы и общества. Он раскрывает перед экскурсантами объективную ценность того или иного явления в данный момент и в перспективе. Требование конкретности, документальности, актуальности реализуется, в частности, путем использования фактов. Это самый распространенный вид экскурсий. Экскурсии подобной модели – ознакомительного характера, разрабатываются с целью помощи в выборе того или иного действия. Такие экскурсии проводятся в «День открытых дверей», консультантами в магазинах и т. д.

От качества информации зависит в конечном счете вся деятельность учреждения в будущем. Следует действительно давать яркую информацию, но ту, которая бы не вводила в заблуждение,

а приводила к правильному выбору. Иначе неправильный, ошибочный выбор ведет к неудовлетворенности работой данного учреждения (несовпадение желаемого и действительного), что впоследствии сказывается на неудовлетворительном имидже этого учреждения.

Информация, получаемая в процессе коммуникаций, делает лишь «половину работы» в процессе формирования мнения. Мнение – это «свадьба» информации и предрасположенности: информация представляет собой форму ментальной «картины» события, а предрасположенность мотивирует выводы и суждения по этому поводу. Люди в крупных сообществах зависимы от «других», невидимых и, как правило, неизвестных, в получении большинства своей информации об огромном мире, в котором они живут. Каждый из нас существует и функционирует в ограниченном участке мирового пространства, перемещаясь и действуя в узких кругах, из-за чего наша непосредственная осведомленность о мире ограничена. В публичных событиях, имеющих большой воздействие, мы, в лучшем случае, видим лишь отдельные фрагменты или аспекты. В то же время наши взгляды охватывают гораздо большие территории, временные периоды и количество объектов и событий, чем мы можем непосредственно охватить своим восприятием. Данный тип экскурсии призван устранить неопределенность в выборе.

### **3.3. Модель социального взаимодействия**

Самый известный, но сегодня все реже встречающийся вид экскурсий. Это тот вид экскурсий, который не только информирует и помогает реализовать познавательные, культурные потребности индивида, но и проводится с целью облегчения социального взаимодействия экскурсантов с культурой разных поколений, стран и народов, средой, в которой проживает или в которой в данный момент находится экскурсант.

Экскурсионная деятельность предстает как пробуждение духовности, которая на уровне предельной предметности сознания предстает как открытие человеком в себе предельного простора для самореализации, т. е. наиболее полным открытием человеческого «Я».

Потребность в экскурсиях, как правило, появляется только в том случае, когда общество и люди, его составляющие, обнаруживают дистанцию между их формами жизнедеятельности и способами миропонимания, требованиями социальной эволюции. Анализируя эту

модель экскурсии, подходим к делению на экскурсии для местного населения и экскурсии для туристов или командировочных.

## *Экскурсии для местного населения*

Сегодня данная тема особенно актуальна. Социологами не раз отмечалось, что в переходный период с трудом воспринимаются теоретические постулаты, концепции, существенно возрастает действенность психологических, эмоциональных факторов. Экскурсия может быть «адаптивным механизмом», который объединяет национальные и наднациональные ценности, обеспечивая идентификацию россиянина. Следовательно, потребность в правильно проведенных экскурсиях возрастает и требует своего воплощения.

Экскурсионное обслуживание местного населения связано с проблемой патриотизма, любви к малой и большой Родине, формированием самоопределения личности и качественного уровня ее жизни. Осознание уровня качества собственной жизни формируется у индивида в зависимости от его оценочных позиций по отношению к тому месту, где он живет, работает. А это уже вопросы мировоззрения. Патриотизм же является одной из граней мировоззренческого самоопределения личности. И говорить о каком-либо качестве жизни, о проблемах человека в культуре, искусстве, науке, не сказав ничего о мировоззренческом самоопределении личности – значит не сказать ничего.

«Мировоззренческое самоопределение личности означает осознание личностью своего места в природно-социальном мире, смысла своей деятельности и своего существования. ...В системе мировоззрения представлено триединое отношение человека к миру: духовно-практическое, познавательное-теоретическое и деятельностно-практическое» [69, с. 5]. Именно наличие этого триединства и должно характеризовать всю экскурсионную деятельность. Это триединство – одна из генеральных линий при разработке нового экскурсионного текста. Экскурсионная деятельность помогает структурировать наше мировоззрение.

## *Формирование духовно-практического отношения к Родине*

Экскурсия играет важную роль в формировании образа территории, места проживания участников экскурсионной деятельности. Формирование данного образа происходит по большей части визуально. Образы, полученные во время экскурсии наиболее стойкие, яркие, более действенно влияющие на становление мировоззренческих позиций. Во время экскурсии за счет работы всех органов чувств энергетика эмоций повышается. Экскурсант, с помощью экскурсовода,

видит и чувствует по-другому, углубляет свой уровень пространства по отношению к временным изменениям. Поэтому продуманная, целенаправленно осуществленная экскурсия – это разветвленная сумма родственных образов. Но этот процесс нельзя отделить от действия на восприятие базовых социокультурных компонентов.

Социальные практики развития экскурсий могут кардинально менять развитие «образа родины». Экскурсия влияет на развитие тех качеств человека, которые «делают» его творцом социальных форм бытия. «...Наглядные образы культуры и коллективных представлений формируют в обществе его менталитет, воздействуют на образ жизни данного общества и являются не только индикатором, но и катализатором общественно-исторических процессов» [38, с. 9].

### *Формирование познавательно-теоретического отношения*

Отношение к «малой Родине» у населения «нединамичное, статичное, равновесное, освоенное, со стабильными образами, содержание их колеблется вокруг точки образного равновесия. В таких пространствах можно только двигаться по определенным направлениям, а любое событие поддается быстрому опространствлению.

Специфика процесса складывания «образа Родины» во время экскурсии – это взаимодействие восприятия родного, уже давно знакомого с чужим, незнакомым, интригующим. Экскурсии ценны для местного населения потому, что уже на якобы знакомом материале формируется совсем другое отношение к пространству и времени: динамичное, экстенсивное, расширяющееся. Это уже механизм позиций внешнего наблюдателя. Выстраивается масштабный, глобальный образ своей Родины.

Действие экскурсии разворачивается в реальном и образном пространствах. Состоявшейся экскурсия может считаться только тогда, когда у экскурсантов складывается тождество реального и образного. Происходит рождение чувства необъятности, глубины познания временного континуума вместо чувства известности, ограниченности.

Концепт экскурсии – образ исторического времени, испускающего лучи сквозь призму до боли знакомого пространства и постоянно меняющего это пространство до неузнаваемости. Механизм осмысления времени, пространственных отношений и себя в них начинает действовать совсем иначе, чем в обыденной жизни.

Создание образов страны связано с тем, что они вынуждены рассматриваться «через» или «в сравнении» с другими образами. Для того чтобы осознать и увидеть свой собственный образ, стране приходится рассматривать и формировать образ другой страны. Удачная экскурсия

всегда имеет трансцендентный характер. Она позволяет выйти за рамки текущего, индивидуального бытия субъекта.

*Формирование деятельностно-практического отношения к Родине*

Формирование деятельностно-практического отношения к Родине начинается с выбора экскурсии, включения или невключения себя в экскурсионную деятельность. «Увы, историки привыкли изучать следы, забывая о тех, кто их оставил, памятники – помимо тех, кто на них смотрел и ради кого их творил художник...» – писал Л. Н. Гумилев.

Почему местное население игнорирует экскурсии по родному краю? Дело в том, что образ экскурсии часто в местах проживания предполагаемых экскурсантов складывается в их сознании как нединамичный, давно известный, неинтересный для повторения. Задача экскурсовода – аннулировать эту когнитивную статичность, показать уникальное в, казалось бы, давно известном.

Устойчивые предробразы (до экскурсии) недостаточны для информации, воспринимаемой и получаемой во время самой экскурсии. Экскурсия должна быть разработана не только с учетом изучения памятников и др. объектов, но и с учетом интересов тех людей, которые приходят к этим объектам, их жизненных установок и задач. Таким образом, вырисовывается проблема активности личности не только в процессе экскурсии, но и всей практической деятельности индивида. Экскурсионная деятельность должна быть поставлен так, чтобы человек мог в ней участвовать реально, деятельностно и мог созерцать себя самого в процессе этой деятельности.

Переходя к выводу, следует отметить, что экскурсия содержит в себе процесс самопостижения человека как субъекта и объекта бытия. Экскурсия предоставляет возможность самопознания человека, неотделимую от самооценки, не позволяющую элиминировать субъективность самого рефлексивного подхода. «...Как бы не были важны проблемы политического устройства страны, они носят временный и временной характер» [70, с. 60–64]. Экскурсия требует сочетания обыденно-практического, научного, эстетического, этического, религиозно-философского способов познания мира.

Самые яркие экскурсии – это экскурсии, построенные на противоречиях, проблемах. Следует различать два аспекта проблемности экскурсии: содержательный и методический. В полном смысле проблемна та экскурсия, в которой проблемное содержание выражено в проблемной форме.

Через экскурсии человек осваивает знания о традициях. В экскурсиях проявляется взаимосвязь между традициями и разумом, поскольку традиции становятся объектом интенсивного рационального анализа, их ценность и важность обосновываются в соответствии с потребностями и целями экскурсантов. Процесс объяснения, ориентированный на анализ объекта в его объективных свойствах и взаимосвязях с другими объектами, направляет исследователя на понимание феномена традиции в контексте понятий, таких как «преемственность», «наследие», «сохранение», «повторяемость», «старое» и «новое» и так далее. В этом случае традиция рассматривается как объективный закон развития общественных отношений, как механизм передачи поколений, как социологический закон.

В случае возникновения «разрыва» в информационной сети культуры, когда собственное замещается чужим или поток инноваций стирает культурное наследие, индивидуум может обратиться к реконструируемому прошлому как к «чужому», раскодировать смыслы временно утраченных традиций и восстановить непрерывность своей истории. Это делается с целью ощутить и понять себя как самостоятельную сущность, как цельное «Я» способное сохранить свою идентичность при любых изменениях, происходящих с ним и вокруг него. В переходный период с трудом воспринимаются теоретические постулаты, концепции, существенно возрастает действенность психологических, эмоциональных факторов. Со временем в массовом сознании во все большей степени будет проявляться ренессанс патриотической доминанты.

Так, в период с 1990 по 1993 гг. наблюдалось значительное уменьшение нравственного веса в сознании людей, убывала важность понятий, таких как «Родина», «величие государства» и «великий народ». Однако с началом 1994–1995 гг. отчетливо заметна обратная тенденция: уровень этих понятий «возвращается», и они начинают звучать с позитивным оттенком во мнении многих людей. Исходя из этого, сделан вывод, что в период перехода от кризисного и раздробленного общества к стабильному нравственное значение указанных понятий будет продолжать усиливаться. Эти понятия, по своей сущности, обладают объединяющим, связующим характером.

Важно отметить, что доминирующие нравственные установки, нормы и психологические настроения населения в российском обществе, во многом зависящие от экономических, политических и других

условий, сами в значительной степени определяют направление и темпы своего развития.

Сознавая себя субъектом, человек включает себя во всю гамму бытия: в прошлое, настоящее и будущее, в материальное и духовное, в природное и социально-культурное, в познание и деятельность, в творчество и репродукцию, в производство и потребление. Это позволяет ему реализовать свою свободу и индивидуальность в самых разнообразных аспектах. В этом и заключается осознание качества собственной жизни.

### ***Экскурсии для туристов и командировочных***

Вступая в межкультурную коммуникацию, люди начинают осознавать собственную идентичность. Именно это и требует совершенно другого подхода к таким группам. Требуется показывать те объекты, рассказывать о тех вещах, которые не могут встретиться у приезжих экскурсантов на их Родине. «Вступая в межкультурную коммуникацию с коренными народами и переселенцами из других регионов, люди начинают осознавать собственную идентичность именно как жителей данного пространства» [71, с. 25].

Удавшаяся экскурсия всегда трансцендентна. Она дает выход за пределы наличного, индивидуального бытия субъекта. Экскурсии – вид духовного производства, но такого, где его участниками являются сами зрители, наблюдатели. Они тем и ценны, что происходит одновременно и удовлетворение потребности индивидуумов в наслаждении и активизация мыслительного процесса у этих же индивидов. Это вид не простого созерцания, а созерцания активного.

Важный этап в этой работе – проведение социологических опросов или изучение данных уже проведенных на интересующую тематику социологических опросов. В результате полученных данных экскурсовод может составить интересующую индивидов тематику и выявить причины провала или успеха уже существующей тематики экскурсий. Правильно поведенная экскурсия тем и ценна, что она заставляет задуматься над поставленными проблемами не только в процессе действия, но и после него, так как влияет на эмоциональную сферу восприятия.

Экскурсионная деятельность чем-то напоминает процесс действия в театре. Даже если человек не желает напрягать свой ум, то ненавязчиво, воздействуя на образное мышление, театрализация действия, включенная в экскурсионную деятельность, заставляет вначале быть соучастниками событий, потом сопереживать, переживать и непроизвольно решать поставленную задачу так, как если бы ее решение важно

было бы для жизнедеятельности индивида. Здесь институтом духовного производства является творческий союз экскурсовода и экскурсантов. Каждая экскурсия по-своему неординарна, единственна и для экскурсовода, и для экскурсантов. Если экскурсионное или туристическое бюро преследует цель распространения духовной культуры и добивается этой цели через проведения рекламы, то экскурсия уже распространяет духовную культуру в самом ее процессе проведения, то есть в процессе производства.

Экскурсии этого типа, как правило, должны сочетаться с развлечениями и отдыхом. В процессе экскурсионной деятельности происходит наиболее глубокое овладение духовными ценностями. Этот вид экскурсионной деятельности дает человеку отдых более полный, чем пассивное времяпрепровождение. Экскурсионная деятельность должна быть поставлена так, чтобы индивид не чувствовал себя закрепощенным. Он должен быть весь во власти положительных эмоций.

Экскурсия выполняет функции культурной коммуникации. Цель культуры, ее направленность и развитие – обеспечение человека экстазами для его нормального существования. В экстазе происходит, говоря словами К. Ясперса, встреча человека с трансценденцией; цель культуры – сделать эту встречу возможной.

Достижению согласованности в экскурсиях способствует производимое в них движение. Движению в коммуникациях, в понимании придавалось всегда огромное значение. Н. О. Лосский писал: «...Лучший способ проникнуть вполне в тайники чужой душевной жизни есть не только восприятие ее, но и воссоздание в себе путем подражания» [51, с. 194].

### *Индивидуальные экскурсии*

Одной из причин является переход от коллективистского сознания к индивидуальному, что отражается на потребности в индивидуальных экскурсиях. Индивидуальные экскурсии мало востребованы на Российском рынке из-за своей дороговизны для индивидуального обслуживания. Поэтому даже те, кто имеет средства для оплаты подобной экскурсии, предпочитают отдых за границей.

Отмечаются серьезные изменения нравственных ценностей людей:

1. Сузилась сфера общественно важных позитивных ориентиров и возросла роль сугубо личностных, не всегда «должных» ориентаций; «почти вдвое снизилась по сравнению с советским периодом важность таких качеств, как социальная значимость труда, сознание и чувство общественного долга, честность, принципиальность, общественная

активность; резко возросла роль личной инициативы, целеустремленности, материального благополучия, связей с «нужными людьми», умение «подать себя» и т. д.

2. Преобладают ценности потребления. Потребительская психология перерождается в потребительскую идеологию. «По результатам исследования 1988 г., ориентированным на потребление как на единственную ценность было 8–12 % от числа опрошенных; в 2020–2021 гг. таких стало 45–55 %. Рост идет в основном за счет молодых людей.

3. В массовом сознании получил широкое распространение культ денег. Ставится вопрос: действительно ли происходит духовное пере рождение общества?

Данные исследований показывают, что в обществе сохраняется возрастная преемственность моральных установок, (хотя) 27–35-летние жители мегаполисов «выпали» из процесса преемственности моральных установок. Массовое сознание раскрепостилось от прежней идеологической табуированности, стало менее политизированным и вполне толерантным в оценках рыночной экономики.

Одной из форм социально-психологической адаптации людей к действительности стала их мимикрия, т. е. коррекция взглядов, ценностных ориентаций, норм поведения и т. д. в соответствии со стандартами новых отношений. В вопросе, что наиболее важно для преодоления кризиса российского общества, наряду с другими действиями отметили необходимость укрепления морали – в опросе 1998 г. 78,7 % респондентов; в 1999 г. – 83,8 %; в 2020 г. – 90,4 %. Эта устойчивая установка массового сознания органически связана с другой не менее стабильной установкой – на наведение в стране порядка в целом.

Другой критерий разделения экскурсий – место проведения и тематика, совпадающая с этим местом.

На этих этапах происходит анализ региональной культуры через описание закрепленных в культурной памяти образов мира: пространства, конкретных исторических личностей и легендарных героев, почитаемых на данной территории и закрепленных в фольклоре. Воссоздание определенного образа мира подразумевает анализ форм самосознания, присущих представителям данной культуры. Раскрывая специфику самосознания людей, живущих на определенной территории, мы тем самым создаем предпосылки для описания артефактов, свойственных данной региональной культуре, как репрезентантов определенного способа мироотношения и мировосприятия». Экскурсия может быть «адаптивным механизмом»,

который объединяет национальные и наднациональные ценности, обеспечивая идентификацию россиянина.

## ***Природоориентированные экскурсии***

Очень многие считают, что экскурсии в национальные парки и этнические заповедники не то, чтобы себя изжили, но возвращают нас как бы в другую эпоху, к предкам. Такие экскурсии имеют только исторический характер. Хотелось бы отметить ошибочность этих взглядов. Одним из способов (и предпосылок) осмысления культуры страны становится обращение к изучению ее отдельных регионов, которое может стать основой серьезного междисциплинарного исследования.

## ***Экскурсии на производство***

Характер производства и социальной жизни формирует осознание собственной значимости в судьбе страны. «На уровне дифференциации пространства возникает представление об особенностях существующей на определенной территории культуры. Формирующиеся в процессе преобразования природной среды типы поселений, особенности застройки, специфика хозяйственно-бытовой деятельности и т. п. создают среду существования определенного человеческого общества. Облик региональной культуры определяется также своеобразием социальных отношений и связей, социальной структуры, системы и форм коммуникации.

Проблемы экскурсоведения затрагивают все области гуманитарного знания. Очень многие социологи считают, что национальное государство полностью изжило себя и уходит с исторической арены, уступая место наднациональным силам и образованиям (Г. А. Белов, В. Ф. Галецкий, А. Б. Кустарев, А. Г. Мовсесян, С. О. Огнивцев, Ю. М. Павлов и др.). Происходит унификация культуры под началом и воздействием американизма.

Тем не менее стоит еще раз подчеркнуть, что экскурсия как таковая связана с рефлексией человека. Социум не может долго и стабильно существовать и нормально развиваться без мировоззренческого фундамента, который позволяет ему воспринимать мир и осознавать себя как органичную часть этого мира. В противном случае мистичность, иррациональность и агностицизм постепенно возьмут верх, мешая рациональному и объективно-истинному познанию мира и своего места в нем. Это создаст атмосферу неуверенности в своих силах и безысходности в поисках смысла существования.

Принципиальное многообразие современного социально-философского знания предполагает, прежде всего, отражение его предметного многообразия, а именно того, что объект социально-культурологического познания многопредметен не только в силу бесконечности своих качеств, но и в силу своей индивидуальности.

Исходя из всего вышесказанного, стоит отметить, что вопросы предмета экскурсоведения могут рассматриваться не только с педагогических позиций, но и со стороны социальной философии. Именно в социально-философской познавательной области, возможно, провести необходимые научные обобщения по всем интересующим нас вопросам.

Социальная антропология исследует и описывает взаимодействие человека (субъекта) с общественными отношениями и институтами, созданными его деятельностью. Она фокусируется на тех характеристиках человека, которые делают его создателем социальных форм существования. Иными словами, социальная антропология изучает субъективные факторы, влияющие на формирование объективных общественных форм, а также механизм этого процесса объективизации.

Задачей экскурсоведения должен являться анализ методов построения таких экскурсий, которые наиболее полно в своем процессе помогают раскрытию внутреннего духовного мира человека и роли и значения детерминированности человека природными и социокультурными условиями и факторами. Здесь мы можем сказать и об игровых концепциях. Удавшаяся экскурсия всегда трансцендентна. Она дает выход за пределы наличного, индивидуального бытия субъекта.

В процессе разработки культурологического анализа такого предмета как экскурсионная деятельность мы исходим из врожденной активности человека. Человек удваивает себя не только интеллектуально, как это бывает в сознании, но и реально, деятельностно, созерцает себя самого в созданном им мире. Экскурсионная деятельность должна объяснять процессы, происходящие в ходе экскурсии, понимаемой как функционирование механизма рефлексии, как желание, пусть даже неосознанное, раскрыть секреты «удвоения себя» сначала в сознании, а затем в практическом созидании.

К сожалению, историки часто склонны изучать следы прошлого, забывая о людях, которые создавали эти следы, и о тех, кто наслаждался этим наследием. Памятники и исторические объекты имеют значение не только как материальные следы прошлого, но и как свидетельства взаимодействия людей с ними, и как творения, созданные

художниками для этих людей. В этом контексте экскурсии следует разрабатывать не только с учетом изучения самих объектов, но и с учетом интересов и потребностей людей, которые посещают эти места. Это включает в себя понимание их личных установок, интересов и целей.

Таким образом, чтобы полнее оценить исторические памятники и объекты, важно учитывать взаимодействие людей с ними и понимать, какие интересы и мотивации привлекают людей к изучению и наслаждению этим наследием. Это поможет сделать экскурсии более привлекательными и содержательными для разнообразной аудитории.

Экскурсия содержит в себе процесс самопостижения человека как субъекта и объекта бытия. Экскурсия предоставляет возможность самопознания человека, неотделимую от самооценки, не позволяющую элиминировать субъективность самого рефлексирующего подхода. Как ранее было сказано, когда человек ощущает себя субъектом, раскрывает свою способность охватить всю многогранность бытия: прошлое, настоящее и будущее, материальное и духовное, природное и социокультурное, познание и деятельность, творчество и репродукцию, производство и потребление. Это позволяет ему реализовать свою свободу и индивидуальность в широком спектре возможностей. Следует подчеркнуть, что выбор участия в экскурсии лежит на самом человеке: он может решить включиться или не включиться в экскурсионную деятельность.

Для нашего миропонимания гораздо большее значение, чем для западного менталитета, имеют общинно коллективистские детерминанты. И в этом смысле свобода каждого отдельного человека для русского сознания никогда не понимается как радикальное освобождение индивида от общественных связей и коллективистских обязательств. Российский индивид всегда «вписан» во всеобщебытийное и всеобщезначимое. Запад же интерпретирует человека как индивидуалиста-потребителя, противопоставленного своими внутренними структурами, силами и интенциями как окружающей среде (природной и социальной), так и другим людям. Как уже неоднократно отмечалось, в современной России идет поиск новых направлений для определения смысла и целей, которые обеспечили бы стабильность и устойчивость, а также определение пути вперед.

Изменения в условиях жизни заставляют нас отказываться от старых привычек, потребностей, интересов и целей, приводя к возникновению новых потребностей, их осознанию и воплощению в интересах, которые затем становятся целями. Достижение целей и удовлетворение интересов всех участников социальной системы осуществляется через

множество взаимодействий между индивидуальными людьми, группами, сообществами и другими социальными субъектами.

## *Вопросы по теме*

1. Какая модель экскурсии предполагает манипулирование процессом формирования оценочных суждений у экскурсантов?
2. Что происходит с информацией и текстом экскурсии по мере ее воздействия на индивида?
3. Какую роль играет информация в экскурсионной деятельности?
4. Какой вид экскурсий помогает взаимодействовать с культурой разных поколений и народов?
5. Что формирует образ места проживания участников экскурсии?
6. Что характеризует экскурсию для местного населения?
7. Почему экскурсия является одним из способов самопостижения человека как субъекта и объекта бытия?
8. Возможно ли экскурсионную деятельность характеризовать как один из механизмов рефлексии? Почему?
9. В каком случае экскурсии в местах проживания экскурсанта обеспечивают его идентификацию как россиянина?
10. Какие вы можете назвать плюсы и минусы индивидуальных экскурсий?
11. Каким образом экскурсия может помочь в формировании деятельностно-практического отношения к Родине?
12. Как социально-практические интересы экскурсантов влияют на восприятие экскурсии?

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данном пособии впервые была сделана попытка анализа экскурсионной деятельности с позиций культурологического подхода.

Экскурсионная деятельность – это форма такой культурно-социальной деятельности, которая имеет мощный пласт коммуникативных оснований, а изучение последних обогащает теорию социально-культурных коммуникаций:

- это и особенности движения информации от автора, которым является социум, к получателю, которым опять же является социум, но уже на новой ступени развития;

- это и такая характеристика социальной коммуникации, как способность обеспечить саморефлексивные процессы в обществе;

- это и проблема разделения формы и содержания в коммуникативной деятельности как проблема конструирования социальной реальности.

Исходная модель экскурсионной деятельности полагается как субъектно-объектно-субъектное взаимодействие, опосредованное развитием осознания социумом самого себя и информацией, которая есть единство знака и его значения, смысла.

Экскурсия – это один из способов, отражающих результат, продукт осознания (как продукт деятельности) обществом самого себя через демонстрацию знаков-символов, обозначающих достижения своих членов, как в отдельности, так и в их совокупности. Экскурсионная деятельность как форма социальных коммуникации соотносится с саморефлексией общественного сознания.

Следует отметить, что экскурсионная деятельность, рассматриваемая в ее содержательном, сущностном аспекте, выполняет следующие функции: функцию воспроизводства культуры, функцию социально-культурной интеграции, функцию социализации или интерпретации потребностей.

Дано определение, что экскурсионная деятельность – это такая форма коммуникативной деятельности, имеющая четыре составляющие: социум, экскурсовод, экскурсант, экскурсионный объект. Экскурсионная деятельность осуществляет на основе саморефлексии общественного сознания создание идеальных образов бытия человека и, таким образом, влияет на восприятие этого бытия, трансформацию

человеческой деятельности по отношению к этому бытию, а, следовательно, и видоизменяет его. Экскурсионная деятельность всегда обеспечивается системой символов, принятых в том или ином обществе.

Экскурсия как результат экскурсионной деятельности является отражением социального развития в его статике и динамике, характеризуется амбивалентными субъектно-объектными отношениями, где понятия экскурсионный субъект и экскурсионный объект являются парными и соотносительными категориями.

В учебном пособии выделены объекты и субъекты экскурсионной деятельности, показано их амбивалентное содержание в зависимости от взаимосвязи друг с другом. Таким образом, делается вывод, что субъектно-объектная взаимосвязь в экскурсионной деятельности является многоуровневой.

Экскурсионный объект выделяется социумом как идеальный. В идеале «есть воплощение должного, но вытекающего из настоящего и прошлого ...лишь понимание сущего ведет к формированию идеала»<sup>5</sup>.

Вся экскурсионная деятельность рассматривается как форма социальной коммуникации. Это совершенно новое понимание экскурсионной деятельности. Коммуникация является существенным элементом любого аспекта человеческой деятельности. Технологический подход к ней становится залогом успеха в этих сферах. Умение собирать, обрабатывать информацию, принимать на основании ее решения и передавать их аудитории становится одним из главных составляющих эффективной работы.

Рассмотрение экскурсионной деятельности со стороны деятельностного подхода, существующего в культурологии и философии, дает возможность подойти иначе к вопросам методологии построения и проведения экскурсий. Такой подход позволит соотнести, исследуя интересы и потребности индивида, данные развития, становления общества и происходящих в нем процессов с формированием и становлением экскурсионного дела.

Сущность экскурсионной деятельности состоит в постижении действительности как в акте творчества и веры. «При определении меры бытия собой в отношении к конкретному другому, постижение превращается в осмысленное сосуществование с другим и участие в диалоге с ним»<sup>6</sup>.

---

<sup>5</sup> Еремеев А. Ф. Границы искусства. М., 1987. С. 17.

<sup>6</sup> Павлов А. В. Индивидуальное постижение ситуации как философская тема. Екатеринбург, 1995. С. 27.

Экскурсионная деятельность отражает в своей структуре социально-культурную реальность, особенно ярко это проявляется в так называемом обществе потребления, где массовость туризма обеспечивается его потребительским спросом, основанным на статусных потребностях индивидов. Превращаясь в форму без сущности, экскурсионная деятельность никак не влияет на расширение индивидуального сознания, а только лишь создает платформу для расцвета манипулятивных технологий. Происходит замена реальности мифом. Экскурсионная деятельность – это один из видов общения общества и индивида.

В учебном пособии указано, что экскурсионная деятельность может выполнять консолидирующую функцию, устанавливать справедливый баланс разнородных и разнонаправленных интересов. Цель экскурсионной деятельности состоит в приобщении субъектов экскурсионной деятельности к ценностям определенного социума, расширению информационного действия этих ценностей, и, следовательно, укреплении и закреплении этих ценностей.

## ВОПРОСЫ ДЛЯ КОНТРОЛЯ

1. Из каких критериев исходит формулировка понятия экскурсионной деятельности?
2. Как формирование экскурсионной деятельности соотносится с реальностью? Влияет ли реальность на формирование экскурсионной деятельности и влияет ли экскурсионная деятельность на формирование реальности?
3. Каковы социокультурные основания экскурсионной деятельности? Перечислите их.
4. Какие критерии используются для создания структуры экскурсионной деятельности?
5. Что такое уровневый анализ экскурсионной деятельности?
6. Назовите этапы развития экскурсионной деятельности в России?
7. Чем отличается схема «экскурсовод – экскурсионный объект – экскурсант» от схемы «экскурсант – экскурсовод – социум». Что общего в этих схемах?
8. По какому принципу построены данные схемы: «экскурсовод – экскурсионный объект – экскурсант» и «экскурсант – экскурсовод – социум»?
9. В чем есть своеобразные плюсы и минусы применения манипулятивной модели экскурсионного обслуживания? Приведите примеры.
10. В чем есть своеобразные плюсы и минусы применения общественной модели информирования экскурсионного обслуживания? Приведите примеры.
11. Всегда ли возможно использовать модель социального взаимодействия? Есть ли ситуации, когда она не работает? Свой ответ подкрепите примерами.
12. Какую функцию выполняет экскурсионная деятельность в современном обществе?

## ТЕСТИРОВАНИЕ

Для самоконтроля по материалу данного учебного пособия предлагаются вопросы с вариантами ответов.

1. Какая коммуникативная модель экскурсионного обслуживания представлен на фото ниже? Допускается несколько вариантов.



- a) манипулятивная модель;
- b) модель общественного информирования;
- c) модель социального взаимодействия;
- d) модель личностного воздействия;
- e) модель личностного взаимодействия.

2. Какие требования должны быть предъявлены к экскурсии, происходящей на фото ниже? Допускается несколько вариантов.



- a) дается совершенно новое знание;
- b) оказывает помощь в выборе на основе уже существующих у слушателей знаний;
- c) открывает объективную ценность того или иного явления;
- d) формирует мнение об организации;
- e) присутствует конкретность, лаконичность, востребованность и актуальность.

3. Как вы считаете, в какой модели экскурсионного обслуживания может встречаться сюжет, представленный на фото ниже? Допускается несколько вариантов.



- a) манипулятивная модель;
- b) модель общественного информирования;
- c) модель социального взаимодействия;
- d) модель личностного воздействия;
- e) модель личностного взаимодействия.

4. Сюжет, представленный на фото ниже, выполнен в программе Photoshop. По действию аудитории и экскурсовода тема данной экскурсии явно не о природных объектах. О чем может быть эта экскурсия? Напишите:

---

---

5. Какая коммуникативная модель экскурсионного обслуживания представлена ниже? Допускается несколько вариантов.



- a) манипулятивная модель;
- b) модель общественного информирования;
- c) модель социального взаимодействия;
- d) модель личностного воздействия;
- e) модель личностного взаимодействия.

6. Как вы считаете, какой этап развития экскурсионной деятельности в России изображен на фото ниже?



- a) первый этап;
- b) второй этап;
- c) третий этап;
- d) четвертый этап;
- e) пятый этап.

7. Соотнесите названия видов экскурсионной деятельности с этапами с их возникновения.

- |                 |   |
|-----------------|---|
| a) первый этап; | 1) экскурсия как идеологический источник политической пропаганды; |
| b) второй этап; | 2) коллекционный этап развития экскурсионной деятельности;        |
| c) третий этап; | 3) экскурсия как эстетическое наслаждение и отдых;                |

d) четвертый этап;

4) экскурсия как вид педагогической деятельности и образования;

e) пятый этап.

5) экскурсия как услуга населению.

8. Как вы считаете, какой этап развития экскурсионной деятельности в России изображен на фото ниже?



a) первый этап;

b) второй этап;

c) третий этап;

d) четвертый этап;

e) пятый этап.

9. Как вы считаете, какой этап развития экскурсионной деятельности в России изображен на фото ниже?



a) первый этап;

b) второй этап;

c) третий этап;

d) четвертый этап;

e) пятый этап.

10. Коммуникативной единицей экскурсионной деятельности является (можно отметить несколько вариантов):

a) экскурсант;

b) экскурсовод;

c) наблюдатель;

d) кассир;

e) время.

11. Что означает слово «экскурсия»?
- a) поездка на природу;
  - b) поездка за границу;
  - c) посещение достопримечательных объектов;
  - d) командировка на работу.
12. Какие составляющие отмечаются в экскурсии?
- a) экскурсионный объект, экскурсовод, экскурсант;
  - b) экскурсовод, автобус, камера;
  - c) экскурсовод, экскурсант, музей;
  - d) экскурсионный объект, гид, посетитель.
13. Сколько уровней экскурсионной деятельности выделено в тексте данного учебного пособия?
- a) один;
  - b) два;
  - c) три;
  - d) четыре.
14. В каком временном периоде началось развитие экскурсионной деятельности?
- a) XVIII–XIX вв.;
  - b) XIX–XX вв.;
  - c) XX–XXI вв.;
  - d) XVI–XVII вв.;
  - e) нет правильного варианта.
15. Какой этап развития экскурсий характеризуется их использованием в образовательном и педагогическом процессе?
- a) коллекционный этап;
  - b) этап развития экскурсий как педагогического процесса;
  - c) этап экскурсий для получения эстетического наслаждения;
  - d) этап экскурсий с идеологической окраской.
16. Какую цель преследовали экскурсии в период Октябрьской революции 1917 г. и первые годы Советской власти?
- a) передача определенного круга знаний;
  - b) эстетическое наслаждение и отдых;
  - c) политическая пропаганда и перевоспитание народных масс;
  - d) развлекательный характер.

17. Какой характер имела экскурсионная деятельность в период тоталитарной идеологии советского общества?

- a) носила идеологический характер;
- b) была ориентирована на получение эстетического наслаждения;
- c) сосредоточена на обмене коллекциями и предметами искусства;
- d) осуществлялась с целью развлечения и отдыха.

18. Какой этап истории экскурсионного дела в России характеризуется расцветом частных коллекций, образованием выставок и музеев?

- a) первый этап – «коллекционный»;
- b) второй этап – развитие экскурсий как педагогического процесса;
- c) третий этап – экскурсии с целью получения эстетического наслаждения;
- d) четвертый этап – экскурсии с идеологической окраской.

19. Какой этап истории экскурсионного дела в России связан с внедрением экскурсий в образовательный и педагогический процесс?

- a) первый этап – «коллекционный»;
- b) второй этап – развитие экскурсий как педагогического процесса;
- c) третий этап – экскурсии с целью получения эстетического наслаждения;
- d) четвертый этап – экскурсии с идеологической окраской.

20. Какой этап истории экскурсионного дела в России характеризуется проведением экскурсий с целью получения эстетического наслаждения и отдыха?

- a) первый этап – «коллекционный»;
- b) второй этап – развитие экскурсий как педагогического процесса;
- c) третий этап – экскурсии с целью получения эстетического наслаждения;
- d) четвертый этап – экскурсии с идеологической окраской.

21. Какой этап истории экскурсионного дела в России связан с Октябрьской революцией 1917 г. и использованием экскурсий для политической пропаганды и перевоспитания народных масс?

- a) первый этап – «коллекционный»;
- b) второй этап – развитие экскурсий как педагогического процесса;
- c) третий этап – экскурсии с целью получения эстетического наслаждения;
- d) четвертый этап – экскурсии с идеологической окраской.

22. Какой характер имеет экскурсионная деятельность в период тоталитарной идеологии советского общества?

- a) идеологический;
- b) развлекательный;
- c) эстетический;
- d) образовательный.

23. Какой этап в развитии экскурсионного дела характеризуется ослаблением идеологического пресса и удовлетворением духовных потребностей человека?

- a) первый этап;
- b) второй этап;
- c) пятый этап;
- d) четвертый этап.

24. Какие особенности характеризуют конец XX – начало XXI вв. в развитии экскурсионной деятельности?

- a) финансовая децентрализация и слабый контроль над подготовкой кадров;
- b) утрата социальной направленности и доступности для населения;
- c) увеличение потребности во внутреннем туризме;
- d) укрепление традиций и обычаев прежней эпохи.

25. Какая роль адресанта передаваемой информации не получила должного развития в России?

- a) активная роль;
- b) пассивная роль;
- c) манипулятивная роль;
- d) роль потребителя.

26. Какие механизмы основаны на семиотике и представляют собой современный консенсус в туризме и экскурсионной деятельности?

- a) иерархические механизмы;
- b) познавательные механизмы;
- c) манипулятивные механизмы;
- d) обозначающие механизмы.

27. Что Сократ отождествлял с общением?

- a) познавательный процесс;
- b) творческую деятельность;
- c) механическую репродукцию;
- d) физическую активность.

28. Какие отношения Сократ строил с окружающими учениками?

- a) подчиненные;
- b) ученик-учитель;
- c) личностные;
- d) иерархические.

29. Что представляет собой общение в рамках коммуникации?

- a) производство и потребление;
- b) творческую активность;
- c) механическую репликацию;
- d) взаимодействие субъектов.

30. Что является особенностью общения в рамках экскурсионной деятельности?

- a) прямой контактный обмен;
- b) дистанционное общение;
- c) разделение в пространстве и времени;
- d) создание культурных объектов.

31. Что в социуме нуждается в обновлении символики?

- a) прошлое и традиции;
- b) текущие ценности и задачи;
- c) будущие планы и перспективы;
- d) социальные отношения и нормы.

32. Какой уровень в экскурсионной деятельности в России оказывается консервативным?

- a) первый уровень;
- b) второй уровень;
- c) третий уровень;
- d) четвертый уровень.

33. Что означает выражение «экскурсионная деятельность находится в своем времени»?

- a) она превосходит свое время;
- b) она познает прошлое;
- c) она соответствует современности;
- d) она ограничена временем.

34. В итоге на какие проблемы ищет ответы-решения экскурсант?

- a) отсутствие знаний о прошлом;
- b) что есть настоящее;
- c) о далеком будущем;
- d) о специфике культуры вообще.

35. Какие знания не формируются в экскурсионной деятельности?

- a) научные знания;
- b) исторические знания;
- c) культурные знания;
- d) практические знания.

36. Какой принцип лежит в основе понимания символики объектов в экскурсионной деятельности?

- a) формирование информации об объекте;
- b) воздействие на объект для получения информации;
- c) осознание ценности знаний субъектом;
- d) раскрытие значения символов через экскурсовода.

37. Что является уникальной особенностью экскурсионной деятельности?

- a) формирование новых знаний;
- b) распространение культурных и социальных знаний;
- c) реализация познавательных потребностей;
- d) превращение внешних условий во внутреннее состояние.

38. Какие цели НЕ преследует экскурсионная деятельность?

- a) приобретение информации о прошлом;
- b) формирование интересов человека;
- c) развитие научных знаний;
- d) пропаганда культуры других народов.

39. Каким образом экскурсионная деятельность помогает развитию социума?

- a) формирует интерес к науке;
- b) освежает старую символику;
- c) обогащает социум новыми знаниями;
- d) подчеркивает национальную односторонность.

40. Что является одной из функций сознания?

- a) познание;
- b) общение;
- c) творчество;
- d) социализация.

41. Чему способствует экскурсионная деятельность?

- a) расширению экономических связей;
- b) расширению культурных и социальных связей и интересов;
- c) расширению политических связей;
- d) расширению спортивных связей.

42. Какую задачу решает экскурсовод в процессе экскурсионной деятельности?

- a) познание собственной индивидуальности;
- b) сочетание внешней социальности и собственной индивидуальности;
- c) социальное взаимодействие на всех уровнях;
- d) манипулятивные интенции в экскурсионной деятельности.

43. Какие составляющие включает экскурсионная деятельность?

- a) социум, экскурсовод, экскурсант, экскурсионный объект;
- b) социум, экскурсовод, экскурсант, экономические связи;
- c) социальные связи, экскурсовод, экскурсант, экскурсионные тексты;
- d) культурные связи, экскурсовод, экскурсант, экскурсионные объекты.

44. Что осуществляет экскурсионная деятельность?
- a) трансформацию социального развития;
  - b) создание идеальных образов бытия человека;
  - c) влияние на экономическую активность;
  - d) пропаганду спортивных достижений.
45. Что обеспечивает экскурсионную деятельность?
- a) система символов;
  - b) финансовая поддержка;
  - c) экспертное мнение;
  - d) технические инновации.
46. Какие знания углубляются в экскурсионной деятельности?
- a) научные знания;
  - b) экономические знания;
  - c) индивидуальные знания;
  - d) культурные знания.
47. Как можно охарактеризовать экскурсионную деятельность под углом социально-культурологического анализа?
- a) продвижение политических идей;
  - b) отражение социально-культурного развития общества;
  - c) развлечение экскурсантов;
  - d) улучшение физической формы социального развития.
48. Какую функцию выполняет экскурсионная деятельность как форма коммуникации?
- a) развлечение;
  - b) переосмысление прошлого и конструирование настоящего;
  - c) создание определенного эмоционально-психологического тона в обществе;
  - d) информирование.
49. Какие типы экскурсий связаны с обращением в прошлое и анализом прошлого?
- a) музейные экскурсии;
  - b) тематические искусствоведческие экскурсии;
  - c) обзорные экскурсии по городу;
  - d) все вышеперечисленные.

50. Что представляет собой экскурсионная деятельность в своей целостности?

- a) деятельность по переосмыслению прошлого и конструированию настоящего;
- b) форма, приносящая содержательные аспекты социально-культурного наследия;
- c) сложнейшая творческая лаборатория;
- d) все вышеперечисленное.

51. Что возникает в сознании экскурсантов в качестве идеального образа экскурсии?

- a) форма коммуникации;
- b) самоопределение личности;
- c) наполняемость содержанием;
- d) все вышеперечисленное.

52. Что характеризует экскурсионную деятельность в обществе потребления?

- a) стремление к самореализации индивидов;
- b) культурная апатия и деградация личности;
- c) мировоззренческая идеологическая структура;
- d) погоня за количеством и информационными потоками.

53. Какой характер имеет экскурсионная деятельность общества?

- a) цикличность от индивида к обществу и обратно;
- b) структура пирамиды;
- c) смена мест и формализованная информация;
- d) стремление к завершению подобных ситуаций.

54. Что маркирует экскурсионную деятельность как форму коммуникации?

- a) социальная связь между экскурсоводом и экскурсантом;
- b) процессы индивидуализации и социализации;
- c) знаки существующей коммуникативной связи;
- d) содержательные аспекты передаваемых информационных потоков.

55. Что представляет собой экскурсионный объект?

- a) часть объективной реальности;
- b) изобретенные знаковые системы;
- c) мир как таковой;
- d) очеловеченную действительность.

56. Какую функцию выполняет экскурсионный объект?
- a) передача действий и раздражений от одного индивида к другому;
  - b) формирование новых смыслов и идей в социуме;
  - c) передача информации через средства массовой информации;
  - d) создание образов искусства.
57. Что подразумевается под понятием «проводники» в контексте коммуникативного взаимодействия?
- a) средства, благодаря которым передается раздражение между индивидами;
  - b) отдельные свойства предметов (свет, звук, теплота, форма);
  - c) совокупность всех свойств предметных проводников;
  - d) мощный слой культуры общества.
58. Какое значение имеет экскурсионный объект в контексте коммуникации?
- a) проводник транслируемой социумом информации;
  - b) стимул для развития самосознания общества;
  - c) сообщение, связанное с проблемой развития самосознания;
  - d) инструмент передачи информационных потоков.
59. Какое значение имеет маршрут экскурсии?
- a) символизирует всю тему экскурсии, ее цели и задачи;
  - b) служит для передачи информации через средства массовой информации;
  - c) обеспечивает сознательное «прочтение» экскурсионного объекта;
  - d) позволяет объединить различные аспекты бытия и становления.
60. Какую функцию выполняют экскурсионные объекты?
- a) материализуют историческую память социума;
  - b) создают образный ресурс миропостижения;
  - c) обеспечивают коммуникацию с экскурсоводом;
  - d) участвуют в визуальной коммуникации.

61. Что такое идеальный образ экскурсии?

- a) некое наполненное сознание;
- b) символическое представление менталитета общества;
- c) пустое сознание знака и символа;
- d) внешний характер оптического знака.

62. Какую роль играют экскурсионные объекты в передаче социокультурной памяти?

- a) накапливают, сохраняют и передают инварианты наблюдателя;
- b) участвуют в герменевтическом тексте экскурсии;
- c) обеспечивают множественность субъективных взглядов и оценок;
- d) создают образный ресурс миропостижения.

63. Какое восприятие экскурсионных объектов является естественным?

- a) восприятие, основанное на житейском опыте;
- b) восприятие, связанное с коммуникацией с экскурсоводом;
- c) восприятие, основанное на предварительном знании символики;
- d) восприятие, осуществляемое в процессе герменевтической интерпретации.

Проверьте ваши ответы по тексту учебного пособия и оцените результаты. Если у вас возникнут дополнительные вопросы, пишите на почту: [braineducation777@gmail.com](mailto:braineducation777@gmail.com).

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Березина А. В. Этническая культура региона (на примере культуры уральских марийцев) // Культура и цивилизация. 2019. Т. 9, №. 3А. С. 136–143.
2. Большая Советская Энциклопедия. В 30 томах. Том 29. Чаган – Экс-ле-Бен / под редакцией А. М. Прохорова. 3-е изд. М., 1978. С. 638–639.
3. Крысин Л. П. Толковый словарь иноязычных слов. М., 2003. 862 с.
4. Мамардашвили М. К., Пятигорский А. М. Символ и сознание. Метафизические рассуждения о сознании, символе и языке. М. : Школа «Языки русской культуры», 1997. 224 с.
5. Современный философский словарь / под общей редакцией В. Е. Кемерова. 3-е изд., испр. и доп. М. : Академический проект, 2004. С. 430–432.
6. Ершов Ю. Г. Человек. Социум. История: социально-философские проблемы теории исторического процесса. Свердловск : Издательство Уральского университета, 1990. 151 с.
7. Ананьев Б. Г. Человек как предмет познания. 3-е изд. М. : Питер, 2010. 282 с.
8. Каган М. С. Мир общения. Проблема межсубъектных отношений. М., 1988. 316 с.
9. Современный философский словарь / под общей редакцией В. Е. Кемерова. 3-е изд., испр. и доп. М. : Академический проект, 2004. 437 с.
10. Коган Л. Н. Цель и смысл жизни человека. М. : Мысль, 1984. 252 с.
11. Мурзина И. Я. Региональная культура как предмет философско-культурологического исследования // Известия Уральского государственного университета. 2004. № 29. С. 89.
12. Кемеров В. Е. Социальная философия : учебник для высшей школы. М. : Академический проект ; Екатеринбург : Деловая книга, 2004. 384 с.
13. Меркулов И. П. Эволюционируют ли наши когнитивные способности? // Вопросы философии. 2005. № 3. С. 92–102.
14. Оруэлл Дж. / Orwell G. 1984 / перевод с английского В. П. Голышева. Издательство «Прогресс», 1989. URL: <https://docviewer.yandex.ru/?tm=1716543486&tld=ru&lang=ru&name=1984.pdf&text=https%3A//zadereyko.info/downloads/library/1984.pdf&url=>

<https%3A//zadereyko.info/downloads/library/1984.pdf&lr=54&mime=pdf&l10n=ru&sign=6ee04e2dba9ad2d85169a4865427dbac&keyno=0> (дата обращения: 10.03.2024).

15. Любутин К. Н., Пивоваров Д. В. Синтетическая теория идеального. Екатеринбург ; Псков : Издательство Псковского областного института повышения квалификации работников образования, 2000. 207 с.

16. Игровое моделирование: методология и практика : сборник научных статей / под редакцией И. С. Ладенко. Новосибирск : Наука (Сибирское отделение), 1987. 228 с.

17. Мирошников Ю. И. Аксиологическая структура социокультурной коммуникации. Екатеринбург : Банк культурной информации, 1998. 113 с.

18. Емельянов Б. В. Экскурсоведение : учебник по туристским специальностям. М. : Советский спорт, 2008. 213 с.

19. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. М. : Рефлбук, 2006. 651 с.

20. Culler J. Framing the sign: Criticism and its institutions. Norman : University of Oklahoma Press, 1988. Vol. 3. P. 158–166.

21. Каган М. С. Человеческая деятельность (опыт системного анализа). М. : Политиздат, 1974. 328 с.

22. Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. Тома 1–39. 2-е изд. М. : Издательство политической литературы, 1955–1974 гг.

23. Фуко М. Слова и вещи. Археология гуманитарных наук / перевод с французского В. П. Визгина, Н. С. Автономовой. СПб. : А-сад, 1994. 405 с.

24. Зенкова А. Ю. Дискурсивный анализ массовой коммуникации: проблема самопрезентации общества : дис. ... канд. филос. наук / Анна Юрьевна Зенкова. Екатеринбург, 2000. 125 с.

25. Пак Г. С. Многомерное время истории как человеческой деятельности : монография. Н. Новгород : Издательство Нижегородского государственного университета им. Н. И. Лобачевского, 1998. 181 с.

26. Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества / перевод с английского М. Л. Коробочкина М. : Весь Мир, 2004. 185 с.

27. Еремеев А. Ф. Границы искусства: социальная сущность художественного творчества. М. : Искусство, 1987. 317 с.

28. Сорокин П. А. Система социологии. В 2 томах. Т. 1. Социальная аналитика: учение о строении простейшего (родового) социального явления. М. : Наука, 1993. 447 с.

29. Сартр Ж.-П. Воображаемое. Феноменологическая психология воображения / перевод с французского М. Бекетовой. СПб. : Наука, 2001. 318 с.

30. Слинин А. Я. На подступах к экзистенциализму: размышления Ж.-П. Сартра о воображении и воображаемом (предисловие). СПб., 2001. С. 6–7.
31. Текст как явление культуры / Г. А. Антипов, О. А. Донских, И. Ю. Марковина, Ю. А. Сорокин. Новосибирск : Новосибирское отделение издательства «Наука», 1989. 197 с.
32. Линч К. Образ города. М. : Стройиздат, 1982. 328 с.
33. Кемеров В. Е. Введение в социальную философию. М. : Академический проект, 2001. 316 с.
34. Любутин К. Н. Проблема субъекта и объекта в немецкой классической и марксистской философии : монография / под научной редакцией П. Н. Кондрашова. Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2015. 332 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1932294> (дата обращения: 30.08.2023).
35. Любутин К. Н., Пивоваров Д. В. Диалектика субъекта и объекта. Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 1993. 412 с.
36. Булацкий Г. В., Прилюк Ю. Д. Социология общения. Журналы о социальной природе и политических функциях общения. Минск : Университетское, 1987. 174 с.
37. Бушмакина О. Н. Язык и Бытие: проблемы структурирования. Ижевск : Удмуртский университет, 2009. 123 с.
38. Егоров В. В. Наглядные образы в формировании менталитета общества : автореф. дис. ... д-ра филос. наук / Вадим Владимирович Егоров. Екатеринбург, 2003. 36 с.
39. Хайдеггер М. Прологомены к истории понятия времени. Томск : Водолей, 1998. 383 с.
40. Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика / перевод с французского ; составление, общая редакция и вступительная статья Г. К. Косикова. М. : Прогресс : Универс, 1994. 615 с.
41. Радченко Т. Е. Механизмы формирования обыденного сознания : автореф. дис. ... канд. филос. наук / Татьяна Евстафьевна Радченко. Свердловск, 1991. 18 с.
42. Кузнецов В. Ю. Проекция представлений о времени как социально-философская проблема : автореф. дис. ... канд. филос. наук / Владимир Юрьевич Кузнецов. Чебоксары, 2002. 22 с.
43. Плотин. Об ощущениях и памяти // Вопросы философии. 2004, №7. С. 170–173.
44. Бахтин М. М. Собрание сочинений. В 7 томах. Том 5. Работы 1940-х – начала 1960-х гг. М. : Русские словари, 1997. С. 92–93.

45. Максимова С. А. Образовательная практика и образовательное знание. Екатеринбург, 1999. 246 с.
46. Шаронов В. В. Основы социальной антропологии : для вузов по философским специальностям. СПб. : Лань, 1997. 188 с.
47. Арефьева Г. С. Социальная активность. Проблема субъекта и объекта в социальной практике и познании. М. : Политиздат, 1974. 230 с.
48. Анисимков В. М. Мировоззрение и социальная активность личности : дис. ... канд. филос. наук / Владимир Моисеевич Анисимков. Свердловск, 1990. 163 с.
49. Петров И. Ф. Культурные потребности личности: дифференцированный подход : автореф. дис. ... д-ра филос. наук / Игорь Федорович Петров. Тюмень, 1997. 31 с.
50. Мирошников Ю. И. Психология познавательной деятельности // Новые идеи в философии науки и научном познании : сборник. Екатеринбург, 2002. С. 222–232.
51. Лосский Н. О. Чувственная, интеллектуальная и мистическая интуиция. М. : Терра–Книжный клуб ; Республика, 1999. 399 с.
52. Коган Л. Н. Социология культуры : учебное пособие. Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 1992. 120 с.
53. Ортега-и-Гассет Х. Размышления о «Дон Кихоте». СПб : Издательство Санкт-Петербургского университета, 1997. 329 с.
54. Гачев Г. Д. Национальные образы мира. Курс лекций. М. : Издательство центр «Академия», 1998. 429 с.
55. Ильенков Э. В. Философия и культура. М. : Политиздат, 1991. 462 с.
56. Пивоваров Д. В. Проблема носителя идеального образа: операционный аспект. Свердловск : Издательство Уральского университета, 1986. 129 с.
57. Аристотель. О памяти и припоминании // Вопросы философии. 2004. №7. С.161–168.
58. Фуко М. Слова и вещи. Археология гуманитарных наук / перевод с французского В. П. Визгина, Н. С. Автономовой. М. : Прогресс, 1977. 488 с.
59. Маслоу А. Дальние пределы человеческой психики / перевод с английского О. Чекчуриной. СПб. : Питер, 2019. 444 с.
60. Булгаков С. Свет Невечерний. Созерцания и умозрения. М. : Республика, 1994. 414 с.
61. Бодрийяр Ж. Система вещей / перевод с французского С. Н. Зенкина. М. : Рудомино, 1995. 168 с.

62. Лотман Ю. М. Каноническое искусство как информационный парадокс // Статьи по семиотике культуры и искусства (Серия «Мир искусств»). СПб. : Академический проект, 2002. С. 314–321.

63. Гачев Г. Д. Музыка и световая цивилизация. М. : Вузовская книга, 1999. 199 с.

64. Хабермас Ю. Философский дискурс о модерне: двенадцать лекций / перевод с немецкого М. М. Беляева, К. В. Костина, Е. Л. Петренко [и др.]. 2-е изд., испр. М. : Весь Мир, 2008. 414 с.

65. Гегель Г. В. Ф. Введение в философию. Философская пропедевтика / перевод с немецкого С. Ф. Васильева. 4-е изд. М. : URSS, 2016. 259 с.

66. Лотман Ю. М. Еще раз о понятиях «слава» и «честь» в текстах Киевского периода // Труды по знаковым системам. 1971. Вып. 5. С. 469–474.

67. Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика / перевод с французского ; составление, общая редакция и вступительная статья Г. К. Косикова. М. : Прогресс, 1989. 615 с.

68. Элиаде М. Мифы, сновидения, мистерии / перевод с английского А. П. Хомика. М. : Академический проект, 2021. 254 с.

69. Лойфман И. Я. Мировоззренческие штудии: избранные работы. Екатеринбург : Банк культурной информации, 2002. 100 с.

70. Мурзина И. Я. Методологические аспекты изучения региональной культуры // Социологические исследования. 2004. № 2. С. 60–64.

71. Бердяев Н. А. Судьба России. М. : Сов. писатель, 1990. 346 с.

## СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абашев, В. В. Прогулка и экскурсия в ряду телесно-дискурсивных практик освоения городского пространства / В. В. Абашев, А. В. Фирсова // Международный журнал исследований культуры. – 2015. – № 4 (21). – С. 108–114.
2. Глазунов, М. В. Экскурсия как важный фактор культурного просвещения современной молодежи (из опыта работы) / М. В. Глазунов // Культура, наука и искусство – современные векторы развития вуза культуры : материалы IV Международной научно-практической конференции, г. Орел, 16 октября 2020 г. – Орел : Орловский государственный институт культуры, 2020. – С. 98–100.
3. Калита, С. П. Экскурсионный проект : учебное-методическое пособие / С. П. Калита. – Москва : Российский университет дружбы народов, 2020. – 82 с. – ISBN: 978-5-209-09811-9.
4. Каменец, А. В. Технологии организации туризма / А. В. Каменец, М. С. Кирова. – Москва : ЗАО «Мосиздатинвест», 2006. – 128 с. – ISBN 5-902888-03-4.
5. Касаткина, Т. А. Чтение визуального: построение экскурсии = Reading the visual: making excursion / Т. А. Касаткина // Искусствоведение в контексте других наук в современном мире. Параллели и взаимодействия = Art history in the context of other sciences in modern world. Parallels and interactions : сборник трудов Международной научной конференции (21–26 апреля 2019 года). – Москва : Филинь, 2020. – С. 667–679.
6. Кожанов, К. А. Городская экскурсия в России как социокультурный феномен : дис. ... канд. культурологии / Кожанов Кирилл Александрович. – Ярославль, 2021. – 284 с.
7. Кузнецова, М. В. Экскурсоведение: история, методика, практика : учебное пособие / М. В. Кузнецова. – 2-е изд., доп. – Иркутск : Издательство ИГУ, 2022. – 215 с. – ISBN 978-5-9624-2023-3.
8. Мир экскурсий : журнал о теории и практике экскурсионного дела. Для профессионалов и любителей экскурсий и путешествий / учредитель и издатель: ООО «Туристическая компания «Мир». – Санкт-Петербург : Туристическая компания «Мир», 2007–2016.
9. Низовцев, В. А. Ландшафтная экскурсия «Коломенское» : учебно-методическое пособие / В. А. Низовцев, Н. М. Эрман. – Москва : Прометей, 2020. – 111 с. – ISBN 978-5-00172-071-3.
10. Пащенко, Е. М. Экскурсия как традиционная форма культурно-образовательной деятельности библиотек и музеев / Е. М. Пащенко //

Культурно-образовательная деятельность библиотек и музеев в региональных измерениях : материалы международной научно-практической конференции (10 февраля 2015 года). – Смоленск : СГИИ, 2015. – С. 239–244.

11. Плотникова, В. С. Проектирование экскурсий в области семейного и детско-юношеского туризма : учебное электронное пособие для обучающихся по инженерным направлениям подготовки бакалавриата и магистратуры «Туризм» и «Гостиничное дело». В 5 частях. Калевальский район / В. С. Плотникова, Н. В. Колесникова, С. О. Захарченко. – Петрозаводск : ПетрГУ, 2021. – URL: <https://elibrary.petrSU.ru/books/53685> (дата обращения: 23.10.2023). – ISBN 978-5-8021-3829-8.

12. Польшинский, А. С. Культурный туризм в современном мире : учебное пособие / А. С. Польшинский. – Омск : ОмГТУ, 2020. – 155 с. – ISBN 978-5-8149-3068-2.

13. Святославский, А. В. Городская экскурсия. Основы теории и практики. – 2-е изд. – Москва, 2006. – 64 с. – ISBN 5-94898-087-1.

14. Святославский, А. В. Образ местности в литературной экскурсии / А. В. Святославский // Культурное и природное наследие и его освоение в учебно-воспитательной работе : сборник научно-методических статей. Экскурсионное краеведение ; под редакцией С. И. Козленко. – Москва : МИОО, 2006. – Вып. 1. – С. 84–92.

15. Святославский, А. В. Примерный тематический перечень экскурсий по курсу истории / А. В. Святославский // Сборник нормативных и методических материалов в помощь учителю истории ; под общей редакцией Л. Е. Курнешовой. – Москва : Новый учебник, 2004. – С. 354–356. – ISBN 5-8393-0334-8.

16. Седова, Н. А. Экскурсионный менеджмент : учебное пособие к использованию в образовательных учреждениях ВПО, реализующих образовательные программы высшего профессионального образования по направлению подготовки 100400.68 «Туризм» / Н. А. Седова, Л. О. Штриплинг. – Омск : ОГИС, 2012. – 63 с. – ISBN 978-5-93252-264-6.

17. Семенов, К. А. Экскурсионный маршрут в промышленном городе: проблемы и перспективы развития / К. А. Семенов // Тезисы XLVI Научно-практической конференции студентов «Мир культуры глазами молодых исследователей» [20–23 апреля 2021 года] : сборник тезисов : в 2 частях. Ч. 1. – Пермь : Пермский государственный институт культуры, 2021. – С. 40–44.

18. Симонян, М. С. Экскурсионный сервис в социально-культурной деятельности : учебно-методическое пособие для бакалавров, обучающихся по направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность / М. С. Симонян. – Краснодар : КГИК, 2019. – 95 с.

19. Скобельцына, А. С. Культурологические принципы экскурсоведения: к постановке проблемы (1-я пол. XX в.) / А. С. Скобельцына // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). – 2010. – № 4. – С. 169–173.

20. Современные аспекты экскурсионного обслуживания : монография / М. Ю. Беликов, О. Н. Бычкова, Н. А. Комаревцева [и др.]. – Краснодар : КубГУ, 2020. – 170 с. – ISBN 978-5-8209-1859-9.

21. Сулейманова, Г. В. Экскурсионная деятельность в туризме : монография / Г. В. Сулейманова. – Казань : Отечество, 2020. – 86 с. – ISBN 978-5-9222-1467-4.

22. Сулейманова, Г. В. Теория и технологии экскурсионных услуг : монография / Г. В. Сулейманова. – Казань : КНИТУ, 2018. – 104 с. – ISBN 978-5-7882-2383-4.

23. Экскурсии в культуру : методический сборник / под редакцией И. М. Гревса. – Москва : Мир, 1925. – 204 с.

24. Степанова, В. А. Экскурсии в образовательной деятельности в ДОО: познавательное развитие, экологическое воспитание, эстетическое развитие, сенсорная интеграция: 3–7 лет / В. А. Степанова, И. А. Королева. – Санкт-Петербург : Детство-Пресс, 2021. – 92 с. – ISBN 978-5-907317-80-2.

25. Экскурсии и культурное наследие. Русская экскурсионная школа / Научные труды Государственного центрального музея современной истории России. Музейное дело. – Москва : Государственный центральный музей современной истории России, 2001. – Вып. 26. – 316 с.

Учебное издание

*Березина Анна Валерьевна*

**КОММУНИКАТИВНЫЕ ОСНОВАНИЯ  
ЭКСКУРСИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:  
КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ**

ISBN 978-5-94984-914-9



Редактор П. С. Фенина  
Оператор компьютерной верстки О. А. Казанцева

Подписано в печать 25.06.2024. Формат 60×84/16.  
Бумага офсетная. Цифровая печать.  
Уч.-изд. л. 6,44. Усл.-печ. л. 6,28.  
Тираж 300 экз. (1-й завод 26 экз.).  
Заказ № 7912

ФГБОУ ВО «Уральский государственный лесотехнический университет».  
620100, Екатеринбург, Сибирский тракт, 37.  
Редакционно-издательский отдел.  
Тел. 8 (343) 221–21–44.

Типография ООО «ИЗДАТЕЛЬСТВО УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ ЦЕНТР УПИ».  
620062, РФ, Свердловская область, Екатеринбург, ул. Гагарина, 35а, оф. 2.  
Тел. 8 (343) 362–91–16.