

требования к организаторам и руководителям путешествий, а именно:

- владение навыками и умениями ведущего игровых программ;
- знание возрастных особенностей, досуговых интересов различных социальных групп, их учет при моделировании игровых программ в туризме;
- методическое и организационное обеспечение игровых форм (наличие игрового оборудования, инвентаря, организация игрового пространства и др.).

Необходимо также весьма корректно использовать игровые формы в программах культурного туризма, не перегружать туристские мероприятия игровыми компонентами, поскольку игра в данном случае не является самоцелью, а выступает как средство анимации, т.е. «оживления», «одухотворения» культурно-туристского процесса.

Таким образом, использование игры в программах культурного туризма позволяет наполнить их новым смыслом, расширить их воспитательные возможности. Возрастающие потребности туристов не могут быть удовлетворены традиционными услугами – размещением, питанием, определенным набором экскурсий. Мировая практика в области туризма показывает, что осмотр туристами достопримечательностей занимает не более половины времени путешествия, а если они расположены не в крупных центрах, то и вовсе – 3-4 часа. Поэтому воспитательные и игровые методики (в мировой практике – технологии туристской анимации) позволяют, с одной стороны, разнообразить досуг туристов разного возраста, с другой – составляют определенный экономический эффект от организации отдыха в качестве дополнительной услуги. Их использование имеет важное воспитательное и социально-экономическое значение.

1. Рябова, Е. В. Игра в структуре туристского досуга подростков / Е. В. Рябова // Игровые технологии в современном воспитательном процессе : материалы респ. науч.-практ. конф., Мозырь, 12–13 февр. 2004 г. : в 3 ч. / Мозырь. гос. пед. ун-т ; редкол.: Л.Н. Боженко [и др.]. – Мозырь, 2004. – Ч. 1. – С. 79–81.

2. Щуркова, Н. Е. Классное руководство: игровые методики / Н. Е. Щуркова. – М. : Педагогическое общество России, 2002. – 224 с.

ИННОВАЦИИ В ТУРИЗМЕ КАК УСЛОВИЕ СОХРАНЕНИЯ ГУМАНИСТИЧЕСКИХ ТРАДИЦИЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЫ

Рябова Т. В.

*кандидат педагогических наук, доцент кафедры социально-культурной деятельности
Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств
(Россия, г. Санкт-Петербург)*

В статье рассматриваются отдельные аспекты проблемы развития внутреннего туризма; обосновывается роль учреждений социально-культурной сферы в процессе создания инновационного туристского продукта; раскрываются условия интеграции

предприятий сферы туризма и культуры в целях сохранения и трансляции гуманистических традиций отечественной культуры.

Актуальными проблемами современной теории и практики социально-культурной деятельности являются осмысление гуманистических традиций отечественной культуры; исследование механизмов поддержания и развития традиций гуманизма в различных сферах общественной жизни, науке, творчестве; обогащение методологических подходов к исследованию теории и практики социально-культурной деятельности, базирующейся на традициях гуманизма и обеспечивающей их сохранение и трансляцию. В этой связи внимание исследователей должно быть сосредоточено, в том числе, на выявлении и обосновании особой роли различных субъектов социально-культурной деятельности в обеспечении процессов сохранения, освоения, трансляции ценностей и идей гуманизма, что является важным условием достижения общественного согласия, формирования и развития гуманистического сознания российских граждан. Кроме того, необходимо определить механизмы и условия консолидации усилий учреждений и организаций сферы образования, культуры, туризма, властных и общественных структур, иных социальных институтов для продвижения ценностей гуманизма среди различных социальных групп, и, в первую очередь, в детской и молодежной среде.

Одним из действенных способов вовлечения человека в мир отечественной и мировой культуры и трансляции гуманистических традиций и ценностей является туризм. При этом культура рассматривается в качестве базового элемента туристского интереса, доминанты организованного туристского досуга. С другой стороны, культура может быть рассмотрена в качестве основания для формирования и развития инноваций в туристской сфере, появления инновационного туристского продукта, поддерживающего гуманистические традиции отечественной и мировой культуры.

В настоящее время на туристском рынке активно предлагается множество относительно новых туристских направлений, ориентированных именно на сохранение и трансляцию гуманистических традиций: этнографическое, археологическое, гастрономическое, с элементами анимации. Весьма перспективны инновационные предложения, направленные на комплексное обслуживание туристов и экскурсантов, что повышает спрос, в частности, на многотемные туры и экскурсии, включающие в себя элементы познавательного, развлекательного, лечебного, экологического, религиозного, автотуризма в самых разных сочетаниях.

Большой интерес среди путешественников вызывает тематический туризм. К 2020 году, по прогнозам теоретиков туризма, этот вид туризма станет самым популярным [5]. Темы для таких путешествий самые разнообразные: история, литература, кинематограф, изобразительное искусство, археология и другие. Например, ценителям изобразительного искусства интересны будут туры, в рамках которых организовываются поездки в знаменитые музеи рисунка и живописи, посещение выставок, мастер-классов художников в различных городах. Весьма популярен литературный туризм, благодаря

которому книголюбы могут не только побывать в местах, где жили и творили знаменитые писатели, но и посетить множество лекций и семинаров выдающихся литературоведов в разных городах. Британский туристический сайт опубликовал десятку городов, наиболее часто посещаемых ценителями литературы: Лондон, Париж, Рим, Нью-Йорк и Санкт-Петербург.

Не меньший интерес представляет для путешественников и этнографический туризм. Целью его является ознакомление с культурой других народов, их обычаями и традициями. Например, отечественные турфирмы предлагают: тур «Окажись в русской сказке» – по местам традиционных российских народных промыслов (Гусь-Хрустальному, Гжели, Городцу, Жостово, Павлову Посаду); тур по Северо-Западной Руси «Откуда есть пошла земля Русская»; «Очарование русской глубинки» – туры по провинциальным малым историческим городкам и по природным заповедникам и паркам [2]. Как правило, в программах этих туров комплексно сочетаются этнографические, рекреационно-оздоровительные, экологические мотивы.

В качестве инновации следует выделить более активное использование различных анимационных технологий в процессе создания туристского продукта. Благодаря все более тесной интеграции ресурсов предприятий сферы туризма и учреждений культуры появляется возможность проектирования инновационного туристского продукта, в структуру которого в качестве неотъемлемого элемента входят досуговые мероприятия, создаваемые учреждениями культуры.

Участие учреждений культуры в создании инновационного туристского продукта весьма многообразно и направлено в целом на создание у туриста ощущения включенности в новую для него культуру. Личный культурный опыт, получаемый во многом благодаря применению анимационных технологий, делает впечатление туриста от посещения региона более глубоким и эмоционально окрашенным. Это обуславливает необходимость обновления традиционного продукта за счет создания условий для непосредственного участия туристов в событиях, воспроизводящих различные аспекты культурной жизни местных жителей, включая праздники, ритуалы, игры.

К другим инновационным направлениям развития внутреннего туризма следует отнести, в частности, развитие событийного туризма, обеспечивающего привлечение туристов на различные массовые зрелища, культурные мероприятия; разработка программ туристского досуга для рекреантов – потребителей таких форм туризма, как «дачный», охотничий и т.п.; создание искусственных рекреационно-развлекательных, этнокультурных и иных зон; развитие и поддержание местных инициатив, отражающих культурные, национальные особенности региона, местную самобытность.

Любое культурное событие (праздник, фестиваль, историческая реконструкция, игра в самых разных формах и т.п.), в котором активно задействованы различные элементы творческих индустрий: способствует развитию культурного туризма, выступая в качестве одного из ведущих ресурсов и являясь «вызовом» локальности; поддерживает оптимальный баланс

между культурными традициями и инновационными формами социально-культурной деятельности; содействует развитию дестинации за счет повышения качества местной инфраструктуры, сервиса и т.п.; способствует продвижению имиджа региона; становится предпосылкой для последующего формирования творческого кластера как объединения различных организаций и структур на определенной территории с целью получения синергетического эффекта от сотрудничества.

В этой связи можно предположить, что именно специально разработанные театрализованные, анимационно-игровые и иные программы, в том числе базирующиеся на столь популярных сегодня реконструкциях тех или иных исторических событий, могут стать весьма эффективным и эффективным способом сохранения и трансляции гуманистических ценностей в процессе социально-культурной и туристской деятельности. Опыт региональных и муниципальных учреждений культуры, специализирующихся на разработке и организации различных досуговых мероприятий (учреждения клубного типа), хранении и распространении материальных и духовных ценностей (музеи, библиотеки, центры промыслов и ремесел и т.п.) в создании такого рода программ для различных видов туристского продукта трудно переоценить.

1. *Измайлова, Д.А.* Развивающий потенциал досуга и познавательный туризм / Д.А. Измайлова ; С.-Петерб. гос. ун-т культуры и искусств. – СПб. : СПбГУКИ, 2008. – 156 с.

2. *Изотова, М.А.* Инновации в социокультурном сервисе и туризме [Электронный ресурс] / М.А. Изотова, Ю.А. Матюхина. – Режим доступа: http://www.medernlib.ru/books/izotova_margarita. – Дата доступа: 27.11.2013.

3. *Россия* улучшает туристские показатели [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tourinfo.ru/news/tourism/44164>. – Дата доступа: 26.11.2013.

4. *Рябова, Т.В.* Креативная социально-культурная среда как ресурс развития современного туризма // Креативные технологии в социально-культурном пространства: сб. научно-методических материалов; сост. Т.В. Рябова. – СПб : Российский Творческий союз работников культуры, 2013. – С. 205–208.

5. *Тематический туризм.* Наиболее популярные разновидности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.turizmsnami.ru/tematicheskij-turizm-naibolee-populyarnye-raznovidnosti/> - Дата доступа: 24.11.2013.

СОДРУЖЕСТВО МАЭСТРО И МЕНЕДЖЕРА

Степанцов А. И.

*кандидат культурологии, доцент, заведующий кафедрой менеджмент СКД
УО «Белорусский государственный университет культуры и искусств»
(Республика Беларусь, г. Минск)*

К концу XX века начала складываться новая социально-экономическая реальность в нашей стране – формирование и развитие рыночных отношений в сфере культуры. Определенным образом изменяется и идеология общества, взгляды и мотивации людей в этой сфере, актуализируются новые способы управленческой деятельности. С течением времени современные