**СОДЕРЖАНИЕ**

Введение

Традиционный подход к классификации объектов

Нетрадиционный подход к классификации объектов

Вывод

Список использованной литературы

**ВВЕДЕНИЕ**

Показ объектов является частью занимающей главенствующее положение в экскурсии. Правильный отбор объектов, их количество, последовательность показа оказывают влияние на качество экскурсии. Этими проблемами занимаются такие науки, как педагогика, краеведение, история.

Проблема показа экскурсионных объектов связана с философской проблемой познания, как обыденного, так и научного.

Проблема восприятия той информации, которая исходит от экскурсионного объекта, связывает нас с проблемами психологии и биологии.

Экскурсионный объект – это предмет или явление, несущие информативную функцию. Объект в экскурсии – это не только внешняя сторона, но и конкретное помещение, где происходили конкретные события, где действовали живые конкретные лица. Если анализировать объект со стороны познавательных аспектов, то мы должны признать, что это, в первую очередь знак, символ невербальной коммуникации, которая проходит между различными культурами и социальными слоями общества.

«Визуальная коммуникация не обладает…набором заранее установленных единиц. Отсутствие элементарных единиц делает более универсальным процесс восприятия визуальной коммуникации, поскольку не требует предварительного знания списка единиц для понимания сообщения»[[1]](#footnote-1). Поэтому нет единой классификации экскурсионных объектов. В данной работе их представлено несколько, в том числе и нетрадиционные классификации.

**ТРАДИЦИОННЫЙ ПОДХОД**

Рассмотрим традиционный подход, который дается в трудах Б.В.Емельянова в понимании классификации и отбора объектов для экскурсионного обслуживания.

Для оценки объектов, которые включаются в экскурсию, рекомендуется использовать следующие показатели: познавательную ценность, известность, необычность или экзотичность объекта, выразительность объекта, сохранность и месторасположение объекта, его функциональное и качественное (в каком качестве показывается) значение в экскурсиях.

Итак, объект может классифицироваться по его качественному значению. Вот эта классификация:

1. памятные места, связанные с историческими событиями в жизни нашего народа, развитием общества и государства (например, Площадь 1905 года, Вознесенская Горка, привокзальная площадь в городе Екатеринбурге);
2. здания и сооружения, мемориальные памятники, связанные с жизнью и деятельностью выдающихся личностей, произведения архитектуры и градостроительства, жилые и общественные здания, здания промышленных предприятий, инженерные сооружения (крепости, мосты, башни), мавзолеи, здания культурного назначения и другие постройки;
3. природные объекты – леса, рощи, парки, реки, озера, пруды, заповедники, заказники, отдельные деревья, реликтовые растения (например, на территории города Екатеринбурга и Свердловской области находятся следующие подобные объекты: парк «Оленьи ручьи», заказник в Артинском районе, Ботанический Сад, скалы Гронского, скалы – сланцы «Чертово городище», вековые лиственницы и т.п.);
4. экспозиции государственных и народных музеев, картинных галерей, постоянных и временных выставок, например, выставки в библиотеке им. Белинского, передвижные выставки музеев других городов в городе Екатеринбурге и т.д.;
5. памятники археологии – городища, древние стоянки, поселения, курганы с захоронениями, земляные валы, дороги, горные выработки, загоны, святилища, каналы и др. (например, в поселке Палкино – Ж/Д район Екатеринбурга –привлекательным объектом являются обнаруженные археологами городища, в парке «Оленьи ручьи» находится стоянка первобытного человека);
6. памятники искусства – произведения изобразительного, декоративно-прикладного искусства, скульптура, садово-парковое и др. искусство (например, скульптуры на здании Администрации города Екатеринбурга, площадь Труда, продажа – выставка декоративно-прикладных изделий в сквере по ул.Ленина между ул.Вайнера и Хохрякова).

Следующая классификация объектов дана по содержанию:

1. одно-плановые – это произведения живописи, река, растение, животное, дом;
2. многоплановые – это архитектурный ансамбль, лес, улица, поле, площадь города.

Предлагается классифицировать объекты по их функциональному назначению:

1. основные – эти объекты служат основой для раскрытия подтем;
2. дополнительные – показываются во время переездов (переходов) между основными объектами в ходе логических переходов в рассказе.

Довольно важна классификация по степени сохранности:

1. полностью сохранившиеся, например,
2. дошедшие до наших дней со значительными изменениями, например, весь комплекс «Плотинка»;
3. частично сохранившиеся, утраченные, например, железоделательный завод на «Плотинке».

Иногда предлагается классифицировать объекты по познавательной ценности и по выразительности. Но данная классификация, скорее всего не совсем оправдана, т.к. и познавательная ценность, и выразительность при показе объекта зависят от квалификации экскурсовода.

Правильный отбор объектов обеспечивает зрительную основу восприятия экскурсионного материала и глубокое раскрытие темы. Желательно, чтобы одни и те же объекты не кочевали из экскурсии в экскурсию. По возможности у каждой экскурсионной темы должны быть свои объекты. Разнообразие объектов дает возможность обеспечить правильное чередование впечатлений у экскурсантов, позволяет сохранить элемент новизны при изучении различных тем.

Если невозможно исключить тот или иной объект из экскурсии предполагаемого маршрута ввиду его уникальности (например, здание Администрации города, Вознесенскую горку в городе Екатеринбурге), которые показываются в ряде экскурсий (обзорной, исторической, искусствоведческой и т.д.), то такой объект должен быть раскрыт особо. При его показе должны быть выявлены те характерные черты, которые не нашли отражения в экскурсиях на другую тематику. При показе таких объектов в рассказе должен быть использован иной материал. Поэтому интерес экскурсантов при их повторном осмотре, как правило, не снижается.

В практике подготовки экскурсий выработана определенная методика оценки экскурсионных объектов. Применение этой методики особенно важно в тех случаях, когда создатели новой экскурсии, встречаясь на маршруте с несколькими объектами, сходными по содержанию, могут выбрать те из них, которые наиболее интересны для данной темы. Для оценки объектов, которые включаются в экскурсию, рекомендуется использовать следующие критерии:

1. связь объекта с конкретным историческим событием, с определенной эпохой, жизнью и творчеством определенного деятеля науки и культуры, художественные достоинства памятника, возможность их использования с целью эстетического показа;
2. известность объекта, его популярность среди населения, например, Храм-на-Крови в городе Екатеринбурге;
3. необычность, экзотичность объекта, его особенность, неповторимость памятника истории и культуры, здания, сооружения. Экзотичность может быть природного характера (Например, заказник в Артинском районе является единственным такого рода в России). Необычность объекта может быть связана с каким-то историческим событием, которое произошло в данном здании, на месте установления данного памятника (памятник В.И.Ленину на Площади 1905 года, сооружение Храма-на-крови), легендой или историческим событием (сооружение плотины для железоделательного завода).

Важно оценить выразительность объекта, его взаимодействие с фоном, окружающей средой – зданиями, сооружениями, природой. Здесь важно для осмотра подобрать правильное расположение группы, нужное время суток, учесть влияние природных условий и времен года. Благодаря отсутствию заранее заданной определенности единиц визуальное сообщение несет большее число информационных прочтений. Известно, что на визуальном уровне существуют предварительные нормы, определяющие форму необходимого сообщения. Изучив примеры А. Маслоу, можно то же самое сделать и в экскурсионном процессе. А. 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, самилюди будут казаться нам плохими, уродливыми, неприглядными.

Местонахождение объекта играет важную роль в процессе отбора его для показа. При отборе объектов должны учитываться расстояния от памятника до памятника, удобство подъезда к объекту, пригодность дороги для автотранспорта, возможность подвоза к объекту экскурсантов, природная обстановка, окружающая данный объект, наличие места, пригодного для расположения группы с целью наблюдения.

Временное ограничение показа объекта может происходить тогда, когда посещение и осмотр объекта невозможны из-за плохой видимости или сезонности.

Экскурсия не должна быть перегружена большим количеством посещаемых объектов, так как это увеличивает ее длительность и вызывает утомляемость экскурсантов, а внимание и интерес при этом ослабевают. Оптимальная продолжительность городской экскурсии составляет 2 – 4 часа, при этом экскурсанты воспринимают не более 15 – 20 экскурсионных объектов.

В экскурсию могут входить объекты как одной группы, так и нескольких групп (памятные места, исторические памятники, жилые здания, природные объекты). Набор объектов зависит от темы экскурсии, ее содержания, состава экскурсионной группы. Неправильно, когда вся обзорная экскурсия построена на показе памятников скульптуры и монументов. Следует избегать построения однообразия зрительного ряда. Зрительные впечатления экскурсантов будут неполными, если в маршрут наряду с памятниками и монументами не будет введен показ отдельных зданий и улиц, объектов природы.

В ходе подготовки экскурсии следует внимание изучать показу объектов на месте, в их естественной обстановке. Необходимые исходные данные дает изучение объектов по источникам – книгам, альбомам, фотографиям. Встреча с экскурсионным объектом непосредственно на месте его расположения, изучение различных его сторон позволяют экскурсоводу в будущем, при его работе с группой, свободно ориентироваться у памятника, квалифицированно вести его показ.

Отбор объектов заканчивается составлением карточки (паспорта объекта) на каждый из них. Данные карточки (паспорта) используются как для конкретно разрабатываемой темы, так и для будущих экскурсий.

В паспорт объектов вносят следующие данные:

1. наименование объекта (первоначальное и современное), а также название, под которым объект известен у населения.
2. историческое событие с которым связан объект, дата события;
3. местонахождение объекта, его почтовый адрес, на чьей территории объект расположен (город, поселок, промышленное предприятие, музей);
4. описание объекта (подъезд к нему, его автор, дата сооружения, из каких материалов изготовлен, текст мемориальной надписи);
5. источники сведений о памятнике (литература, архивные данные, устные предания);
6. сохранность памятника;
7. на кого возложена охрана объекта;
8. в каких экскурсиях объект используется;
9. дата составления карточки и личные данные ее составителя.

В карточки на архитектурные, природные, археологические объекты могут быть включены другие сведения. Например, в карточку на памятник архитектуры (здание) включаются сведения о наличии скульптуры, изразцов, стенописи, в декоративном убранстве памятника (снаружи, внутри), у геологических памятников следует отметить эпоху, в которую формировался данный объект, у объектов животного и растительного происхождения – класс, вид, экологическое взаимодействие.

Наличие паспортов объектов в экскурсионном бюро ускоряет подготовку новых экскурсионных тем.

**НЕТРАДИЦИОННЫЙ ПОДХОД К ПРОБЛЕМЕ**

**КЛАССИФИКАЦИИ**

Следующая классификация экскурсионных объектов не традиционна, но не менее существенна. Она основывается в первую очередь на данных социологии и коммуникавистики. «…Продвижение к вещам есть обстоятельная работа, прежде всего призванная устранить предрассудки, закрывающая от взгляда вещи»[[2]](#footnote-2). Проанализировав сказанное М. Хайдеггером, приходим к выводу, что любого видения объектов не может быть истинно самостоятельным. Мы никогда не видим, так как оно есть. Мы видим зрением, сформированным соответствующей культурой и нашими повседневными потребностями.

Удавшаяся экскурсия всегда трансцендентна. Она дает выход за пределы наличного, индивидуального бытия субъекта.

Художественное произведение, а экскурсия – это своего рода художественное произведение, характеризует процесс отстранения, создания нового взгляда даже на старый и известный объект.

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. Мы видим не только то, что на нас действует, но и то, о чем мы думаем. «Мировоззрение, то есть теоретический взгляд на мир, неотделимо от мировосприятия как формы видения мира. Взгляды людей, принявшие форму мировоззрения, переживаются носителями этих взглядов не как атрибуты внутренней реальности мышления, а как мир, существующий вне и независимо от сознания, как "объективный" мир»[[3]](#footnote-3).

Если все давно уже знакомо, если мы видим и слышим обо всем этом не один раз, то мы имеем сформировавшиеся взгляды, они давно укоренились. Экскурсоводу, работающему с местным населением, не всегда удается сломать эти уже сложившиеся схемы, для того, чтобы привнести в них нечто новое, неизведанное. Экскурсовод, работающий с въездными группами, испытывает трудности совсем другого порядка.

Поэтому предлагаю классификацию и экскурсий и объектов, в которых следует отразить, для какого типа экскурсантов эти объекты были предназначены:

1. для местного населения, которые во время экскурсии попадают в определенную информационную среду. Обо всех или о почти всех объектах экскурсанты уже что-то знают, при этом они уверены, что эти знания являются непоколебимо правильными.

Резкие изменения в восприятии экскурсантов представленных объектов практически невозможны. Экскурсантом важно раскрыть другие, для них малоизвестные, с первого взгляда невидимые стороны в познании объектов, в их символике. Важно удивить, поразить, включить экскурсантов в игру. Игра здесь должна стать еще одним важным экскурсионным объектом. О ней важно говорить ее важно раскрывать во всей ее значимости.

1. для въездных групп, которые во время экскурсии попадают в неопределенную информационную среду. Неопределенная информационная среда предполагает следующие параметры: а) отсутствие информации о некоторых объектах (неполнота информации или отсутствие знания о данных объектах вообще), б) наличие неправильной информации о некоторых объектах.

В данном случае возможны резкие изменения у экскурсантов о представленных объектах. Интересны не только сами объекты, но и возрастает роль коммуникатора, т.е. экскурсовода в формировании восприятия экскурсионных объектов.

Хотя, экскурсия, как вид коммуникации, протекает в основном в рамках двух основных каналах человеческого восприятия: вербального и визуального, следующая классификация должна включать не только зрительный ряд, но и должна содержать такие, на первый взгляд странные объекты экскурсии, как запахи (например, около кондитерских фабрик, хлебозаводов, аромат деревни, соснового бора и т.д.); звуковые ощущения (гул заводской трубы, шум двигателя мотора, бой курантов, музыкальное произведение). Вспомним фразу Э. Тоффлера, что воображение будет столь же важным фактором, как и информация вообще. Поэтому, экскурсовод должен сделать все от него зависящее, чтоб возбудить воображение экскурсантов. Поэтому объекты следует разделить на:

1. зрительно-осязательный ряд - визуальный знак должен обладать следующими типами характеристик: а) оптическими (видимыми), б) онтологическими (предполагаемыми), в) условными. Под последними У. Эко понимает иконографические коды того времени. Подписи под объектами, комментарии 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".
2. звуковой ряд;
3. объекты, действующие на обонятельные ощущения.

Данная классификация поможет отобрать именно те объекты, которые будут более ярко возбуждать воображение, действуя на все органы чувств.

«Восприятие – это не только прием, но и выдача информации… Объект познания не создается субъектом, хотя вычленяется и концептуализируется самим субъектом»[[4]](#footnote-4). Экскурсовод отбирает объекты, исходя из своего видения, которое может не совпадать с видением экскурсантов. В данном случае рекомендуется проворить ряд социологических исследований по вопросу восприятия экскурсантами данных объектов, в том числе и обыкновенных опросов. Классификация объектов должна быть проведена по принципу их значимости для различных экскурсионных групп и индивидов.

**ВЫВОД**

В данной работе даны два подхода к классификации экскурсионных объектов. Оба они имеют свои плюсы и минусы, это всего лишь модели, но учет и традиционного и нетрадиционного подхода к отбору экскурсионных объектов должен повысить качество экскурсионного процесса и его востребованность среди населения.

Традиционный подход к классификации объектов связан с взглядом на экскурсию, как только на педагогический и воспитательный процесс массового экскурсанта. Нетрадиционный подход ориентирован не на массы, а на индивида. Объекты показа трактуются как символы социально-культурной коммуникации. Мы здесь 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. С местным населением все происходит совсем иначе. Изначально, вещи объекты воспринимались только со стороны «простого схватывания», «данности вживе» (которую следует отличать от «самоданности»)[[5]](#footnote-5). Научить схватывать чего-либо как изображенное, которое имеет совсем другую структуру – вот одна из наитруднейших задач экскурсовода. Требуется развить образное сознание. Только тогда вещь-объект будет рассматриваться как символ.

Въездной турист готов к чтению символов чужой культуры. Он изначально видит не жилище, не парк, не явление природы, а символы другой культуры, с которой он желает начать диалог. Этот экскурсант через видение данной символики познает чуждую ему культуру, заимствует необходимое и с этим уезжает домой. Вот почему наши экскурсанты не стремятся к внутреннему туризму. И дело здесь совсем не в имидже. Реклама для внутренних туристов должна быть построена совсем иначе. Обычная вещь должна суметь стать символом, который будет с ними разговаривать. Вещи-предметы не говорят. Ими пользуются.

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 во всех областях человеческой деятельности, поскольку знаком с разными мировоззренческими картинами.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. **Емельянов Б.В.** Экскурсоведение: учебник. – 4 – е изд. – М., 2003.
2. **Хайдеггер М.** Пролегомены к истории понятия времени. – Томск, 1998.
3. **Кузнецов В.Ю**., Проекция представлений о времени как социально- философская проблема. - Чебоксары. – 2002.
4. **Почепцов Г.Г.** Теория коммуникации. – М., 2001

1. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. – С.32. [↑](#footnote-ref-1)
2. Хайдеггер М. Пролегомены к истории понятия времени. – Томск, 1998. – С.32. [↑](#footnote-ref-2)
3. Кузнецов В.Ю., Проекция представлений о времени как социально- философская проблема. Автореферат на соискание ученой степени кандидата философских наук, Чебоксары. – 2002. – С.12. [↑](#footnote-ref-3)
4. Кузнецов В.Ю., Проекция представлений о времени как социально- философская проблема. Автореферат на соискание ученой степени кандидата философских наук, Чебоксары. – 2002. – С.12. [↑](#footnote-ref-4)
5. Хайдеггер М. Пролегомены к истории понятия времени. – Томск, 1998. – С.45. [↑](#footnote-ref-5)