



Костромской
государственный
университет

РЕГИОНАЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ ТRENДЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Материалы Второй Всероссийской
научно-практической конференции



г. Кострома
1–2 декабря 2023 г.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Костромской государственный университет
Департамент экономического развития Костромской области

РЕГИОНАЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Материалы Второй Всероссийской научно-практической конференции
г. Кострома, 1–2 декабря 2023 г.

Текстовый электронный сборник

Кострома
КГУ
2023

Титул

Сведения
об издании

Выпускные
данные

Содержание

УДК 796.5(0.034)
ББК 75.81я431я04
Р326

Печатается по решению редакционно-издательского совета
Костромского государственного университета

Ответственный редактор, составитель
кандидат филологических наук, доцент *Е. Н. Белякова*

Редакционная коллегия:
кандидат психологических наук, доцент М. В. Данилина,
кандидат филологических наук, доцент И. Б. Горланова,
кандидат исторических наук С. Г. Шарабарина,
М. А. Васильева, Т. П. Боркова

Рецензент:
кафедра туризма и сервиса Владимирского государственного университета
им. А. Г. и Н. Г. Столетовых

Р326 **Региональные ресурсы и современные тренды развития туризма** : материалы Второй Всероссийской научно-практической конференции (г. Кострома, 1–2 декабря 2023 г.) / отв. ред., сост. Е. Н. Белякова. – Электронные текстовые, граф. дан. (3,95 МБ). – Кострома : Костромской государственный университет, 2023. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM) : цв. – Систем. требования: ПК не ниже класса Pentium IV; 512 Mb RAM; свободное место на HDD 1,5 Гб; Windows XP с пакетом обновления 3 (SP3) и выше; Adobe Acrobat Reader; интегрированная видеокарта с памятью не менее 32 МБ; CD или DVD привод оптических дисков; экран с разрешением не менее 1024×768 пикс.; клавиатура; мышь. – Загл. с тит. экрана. – Текст : электронный.

ISBN 978-5-8285-1275-1

В настоящем издании представлены материалы Второй Всероссийской научно-практической конференции, посвященной актуальным вопросам развития туризма. В сборнике нашли отражение результаты научных исследований и практической деятельности в сфере туризма; обобщение опыта практического использования этих исследований в вузовских курсах, в сфере администрирования туристской отрасли и предпринимательской деятельности.

Материалы сборника предназначены для преподавателей, аспирантов, студентов, руководителей и сотрудников предприятий туристической индустрии, предпринимателей, всех, кто интересуется достижениями современной туристической индустрии.

УДК 796.5(0.034)
ББК 75.81я431я04

Авторы несут ответственность за содержание статей, за достоверность приведенных в статье фактов, цитат, статистических и иных данных, имен, названий и прочих сведений.

© Костромской государственный университет, оформление, 2023
© Белякова Е. Н., составление, 2023

Титул

Сведения
об издании

Выпускные
данные

Содержание

ИННОВАЦИИ В ЭКСКУРСИОННОЙ И МУЗЕЙНОЙ РАБОТЕ

УДК 379.8.091.2

Сизинцева Лариса Ивановна
sizpost@yandex.ru

Сторителлинг в работе экскурсовода

***Аннотация.** Появление сторителлинга вызвано обращением практиков бизнеса к достижениям современной психологии, которая выявила важную роль истории в познавательной деятельности вообще и в восприятии информации каждым конкретным человеком. Исследования современных нейрофизиологов доказали, что механизм воздействия историй строится на определенных психофизиологических закономерностях. Искусство сказителей было проанализировано, сведено к технологии, которую может освоить любой, чтобы воздействовать на потребителя информации/товара/услуги. Для экскурсовода важно учитывать схемы и приемы, выработанные в рамках развития сторителлинга. Придумать сюжет истории, необычным образом развернув фабулу. Обеспечить новый парадоксальный взгляд на происходившее. Ярко изложить «рамку», исторические условия и детали контекста, определившие развитие событий. Но сегодня, в условиях метамодерна, приобретает особое значение именно личностное наполнение рассказанной истории, особая искренняя интонация.*

***Ключевые слова:** сторителлинг, когнитивная психология, нейрофизиология, экскурсии, «новая искренность», метамодерн.*

Sizintseva Larisa Ivanovna

Storytelling in the work of a tour guide

***Abstract.** The emergence of storytelling is caused by the appeal of business practitioners to the achievements of modern psychology, which has revealed the important role of history in cognitive activity in general and the perception of information by each individual. Research by modern neurophysiologists has proved that the mechanism of influence of stories is based on certain psychophysiological patterns. The art of storytellers has been analyzed, reduced to a technology that anyone can master in order to influence the consumer of information/goods/services. It is important for the guide to take into account the schemes and techniques developed as part of the development of storytelling. Come up with the plot of the story, unfolding the plot in an unusual way. To provide a new paradoxical view of what was happening. Vividly present the “frame”, historical conditions and details of the context that determined the development of events. But today, in the conditions of metamodern, it is the personal content of the story told, a special sincere intonation, that is of particular importance.*

***Keywords:** storytelling, cognitive psychology, neurophysiology, excursions, “new sincerity”, metamodern.*

Люди всегда рассказывали истории. Все мы с детства слушаем сказки. Но они не всегда предназначались исключительно детям. Например, рыбаки, от-

правляясь на долгий промысел, брали с собой сказителя [6, с. 3]. Любопытно, что русскоязычная Википедия перенаправляет запрос «сторителлинг» на «сказительство», определяя этот термин как неоправданный англицизм [12]. В пример приводятся ашуги, калики переходные, кобзари и т. д. В обыденной жизни рассказывать истории приходилось по необходимости многим, но далеко не все славились этим умением.

Сегодня сторителлинг (от англ. storytelling – повествование) превратил умение рассказа в технологию [13]. Искусство, некогда присущее немногим, препарировали, выявили составляющие, предложили возможные структуры истории. Это позволяет взять заготовки, смонтировать их в произвольном порядке и создать на их основе свою историю.

Сегодня примером таких схем можно считать известную книгу Дж. Кемпбелла «Тысячеликий герой», первое издание которой вышло еще в 1949 г. С тех пор по этим структурам пишут голливудские сценарии, бестселлеры нон-фикшн и художественной литературы [1, с. 10]. Сегодня взгляд сценаристов обратился и к наследию российского исследователя В. Я. Проппа, который собрал и проанализировал структуру волшебных сказок еще в 1920-х гг. (первое издание книги «Морфология волшебной сказки» вышло в 1928 г.) [1, с. 66].

На самом деле этнографы давно обратили внимание на сходство различных фольклорных сюжетов. В 1909 г. психоаналитик Отто Ранк в книге «Миф о рождении героя» выделил 12 признаков, которые обычно встречаются в героических мифах. В 1910-х гг. К.-Г. Юнг разработал свою теорию коллективного бессознательного и составляющих его единиц, которые он назвал архетипами. В этом контексте исследования В. Я. Проппа были органичны, но работы выпали из общемирового процесса по причине изоляции отечественной науки.

Начиная с середины прошлого века, представители сферы массового искусства, а вслед за ним – маркетинга, копирайтинга и других видов деятельности, зарабатывающих на впечатлениях, заинтересовались психологическими предпосылками воздействия историй на человеческое восприятие.

Ф. Ч. Бартлетт стал основателем когнитивной психологии [2], исследовал свойства восприятия. В своей книге «Психология и примитивные культуры» (1923) он выявил сходство между представителями «холодных» и динамично развивавшихся культур. Бартлетт и работавшие в его группе ученые пришли к выводу, что именно история является структурообразующей основой для восприятия и последующего запоминания информации. На основе предложенной истории человек создает свою собственную, опираясь на существующие у него установки, ценности, предшествующий опыт.

Исследования современных нейрофизиологов показывают, что механизм воздействия историй строится на определенных психофизиологических закономерностях [5]. Рассказанная история активирует в слушателе похожие воспоминания из его опыта или из опыта переживания им художественного произведения, воспринятого как собственный. Мозг как бы переживает все заново. Слушатель начинает испытывать то, что когда-то пережил, и разделяет чувство рассказчика.

В результате возникает эмоциональная связь, в кровь выделяется гормон удовольствия дофамин, который создает положительное подкрепление. Наибо-

лее популярна сегодня информация о том, что на следующем этапе он же активирует тот участок мозга, который отвечает за принятие решений. Это особенно важно в тех практиках, которые заинтересованы в воздействии на слушателя, например, побуждая покупателя выбрать определенный товар или услугу.

Профессия экскурсоводов восходит к древней традиции сопровождения путешественников. Чичероне помогали сориентироваться на местности, не пропустить важные объекты, достойные внимания, то есть достопримечательности. И сопроводить историей, без которой останется непонятным, что именно выделяет их среди прочих.

Во второй половине XIX – начале XX века формируется традиция экскурсий, направленных на интеллектуальное развитие, но особенно они оказались востребованы в образовательных практиках [10]. Это привело к тому, что к 1920-м гг. сформировались методики, позволявшие организовать восприятие, активизировать собственную деятельность экскурсантов [3].

Однако дефицит информации, сформировавшийся в последующие десятилетия, ко второй половине XX в. превратил экскурсии в один из важнейших ее источников. Несмотря на то, что методические пособия воспроизводили наработки 1920-х гг., на практике основными приемами оставались рассказ и показ как иллюстрация к рассказу.

С появлением интернета и распространением гаджетов, которые позволяют получать информацию в неограниченных количествах, информационная составляющая экскурсии уступила место эмоциональной. Они поменялись местами: информация стала основой для создания «экскурсионного впечатления» [7, с. 34–35].

Основой любой направленной на потребителя вербальной коммуникации (текста, товара или услуги) сегодня стал инфотеймент, информирование через развлечение. Наиболее яркие впечатления сегодня производят иммерсивные практики, рассчитанные на максимальное погружение в иную реальность и вовлечение человека в действие. Большим успехом пользуются иммерсивные спектакли, в которых акцент делается на создании необычной обстановки, служащей контекстом действия.

Экскурсии не могли оставаться в стороне, они также используют для достижения своих целей всевозможную атрибутику: от звуковой дорожки в наушниках до организации театрального действия. Но если, по отзывам участников в социальных сетях, звуковое сопровождение с использованием наушников благодаря 3D технологиям действительно чаще всего позволяет создать иллюзию погружения, то в общении с актерами нередко отмечают ощущение неестественности. Условность существования в образе, привычная для театральных подмостков, не всегда проходит испытание уничтожением рампы. Если в иммерсивных спектаклях погружение достигается за счет преобразования среды, то экскурсия разворачивается обычно в условиях города или музея, среда которых по определению конкретна, привычна, повседневна.

Экскурсовод как сказитель, рассказчик находится в этом смысле в более традиционной позиции, он не выдает себя за кого-то иного. Ему легче, чем актеру, преодолеть дистанцию между собой и слушателем. При этом хорошо рас-

сказанная история тоже способствует погружению, вовлечению, но при этом обходится только мастерством рассказчика.

Какие именно элементы сторителлинга пригодятся экскурсоводу?

Вот как Лиза Крон определяет, что такое история: «это то, как происходящее влияет на кого-то, перед кем стоит труднодостижимая цель, и как он – или она – в итоге меняется» [8, с. 21]. То есть в основе – герой, который к чему-то стремится, преодолевает обстоятельства и добивается успеха (редко – не добивается). Этим определяется сюжет: начало/завязка – середина/развитие/кульминация – конец/развязка. Эта схема истории известна от века, но редко использовалась в информационной ткани экскурсии, выстроенной по принципу научного или наукообразного текста.

Для обычных героев нам понадобятся биографии людей, но простая биографическая справка не станет историей. Можно избрать для истории необычного героя, например, город, который прошел через испытания – и сохранился (или, напротив, пережил кульминацию своего предназначения и теперь доживает свой век). В любом случае важен смысл, который организует эту историю. Можно предположить, что осмысленной была жизнь/существование нашего персонажа, – ведь для чего-то он прорывался сквозь обстоятельства? Кульминация – высшая точка и перелом сюжета – подскажет, какой именно конфликт разрешался в ходе его развития.

Но рассказчик выделяет то, что он считает важным именно для себя, близким себе. То, что он сам пережил и осмыслил. «Истории – это то, как меняемся мы, и как меняется мир вокруг нас. Они захватывают, только если дают возможность почувствовать, как меняется сюжет. Поэтому история... – это странствия во внутреннем мире, а не во внешнем», – отмечает Лиз Крон [8, с. 21]. Можно сказать, что это идея, определившая тему, но она должна родиться внутри сказителя. Слушатель может занять противоположную позицию, не согласиться с рассказчиком, но именно субъективность последнего делает такой спор возможным.

О том же пишет Аннет Симмонс, профессиональный сторителлер. Она «поняла одну очень важную вещь. Науке или искусству влияния с помощью устного рассказа невозможно научить традиционным путем, по справочникам и руководствам. Чтобы понять, что такое влияние, нам придется отказаться от удобных моделей в виде причин и следствий. Волшебство влияния не в том, что мы говорим, а в том, как мы говорим, а также в том, что мы сами собой представляем. Эта зависимость не поддается рациональному анализу и не может быть описана при помощи привычных схем и таблиц» [11].

А. Симмонс убеждена, что «людям не нужна новая информация. Они сыты ею по горло. ...Если ваш рассказ вдохновит слушателей, если они придут к тем же выводам, что и вы, если они сделают вашу историю своей, можете считать, что вам удалось до них достучаться» [11].

Во главу угла становится личность рассказчика, который вышивает по канве «схем для историй» своими размышлениями и чувствами. А потому и форма повествования меняется. Она становится предельно конкретной, личностной. Это требует особой интонации. В литературе и философии это сегодня

называется «новой искренностью». Она предполагает особое эмоциональное наполнение текста, стремление «найти новые и одновременно старые, давно забытые средства общения людей друг с другом» [4, с. 200].

Литературный критик Юлия Подлубнова сегодня констатирует, что «эпоха метамодерна, еще только концептуально оформляющегося и, возможно, еще не являющегося полноценной альтернативой постмодерну, проходила под знаком обновления семантики искренней речи, концепции „новой искренности“, искреннего субъекта, оперирующего исповедальными дискурсами» [9].

Для экскурсовода, разумеется, важно учитывать все возможные схемы и приемы, выработанные в рамках развития сторителлинга. Придумать сюжет, необычным образом развернув фабулу (последовательное развитие событий). Обеспечить новый и, возможно, парадоксальный взгляд на происшедшее. Ярко изложить «рамку», исторические условия и детали контекста, определившие развитие событий. Но сегодня приобретает особое значение именно личностное наполнение рассказанной истории, особая «неформальная» интонация.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Воглер К., Маккенна Д. Метод. Секреты создания структуры и персонажей в сценарии. М. : Альпина нон-фикшн, 2018. 296 с.
2. Воробьев В. С., Малых Т. Б. К анализу творчества английского психолога Фредерика Бартлетта // Теоретическая и экспериментальная психология. 2021. Т. 14, № 1. С. 53–60.
3. Гейнике Н. А. Культурно-исторические экскурсии. Основные вопросы методологии и методики культурно-исторических экскурсий // Культурно-исторические экскурсии : Москва, московские музеи, подмосковные. М. : Новая Москва, 1923. Ч. 1. С. 1–14.
4. Горбовская С. Г. Признаки литературы «новой искренности» в романе Ванессы Диффенбах «Язык цветов» // Научный диалог. 2023. Т. 12, № 2. С. 188–202. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/priznaki-literatury-novoy-iskrennosti-v-romane-vanessy-diffenbah-yazyk-tsvetov> (дата обращения: 07.12.2023).
5. Дамасио А. Так начинается «я». Мозг и возникновение сознания. М. : Карьера Пресс, 2018. 384 с.
6. Емельянова Н. О книге Б. В. Шергина // Шергин Б. Поморские были и сказания. М. : Детгиз, 1957. С. 3–8.
7. Инновации в экскурсионной работе: концепции, технологии, практика. Ч. 1 : монография / колл. авторов ; под ред. О. Е. Афанасьева. Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. 592 с.
8. Крон Л. С первой фразы. Как увлечь читателя, используя когнитивную психологию. 2-е изд. М. : Альпина Паблишер, 2018. 300 с.
9. Подлубнова Ю. К маме с небритыми ногами: «новая искренность» в эпоху метамодерна // Знамя. 2023. № 2. URL: <https://magazines.gorky.media/znamia/2023/2/k-mame-s-nebrityimi-nogami-novaya-iskrennost-v-epohu-metamoderna.html> (дата обращения: 07.12.2023).
10. Сизинцева Л. Естественнонаучные экскурсии в России второй половины XIX – начале XX в. // История наук о земле / РАН Ин-т истории естествознания и техники им. С. И. Вавилова. М., 2011. № 4. С. 192–199.
11. Симмонс А. Сторителлинг. Как использовать силу историй. М. : МИФ, 2006. 270 с.
12. Сказительство // Википедия. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Сказительство> (дата обращения: 06.12.2023).
13. Хатченс Д. 9 техник сторителлинга. [Б. м.] : Попурри, 2019. 288 с.