

Т.Д. Гришина
Научный руководитель: к.к.н., доцент Н.В. Романова
Муромский институт Владимирского государственного университета
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, д. 23
E-mail: tatiana.grischina2013@yandex.ru

Методика организации и проведения исторических экскурсий

Экскурсионная методика – совокупность требований и правил, предъявляемых к такой форме и методу приобретения знаний, как экскурсия. В то же время экскурсионная методика – это и умение осуществлять определенную деятельность в соответствии с предъявленными требованиями и установленными правилами.

Предмет методики проведения экскурсии – изучение, систематизация, формулировка, разъяснение методических приемов, используемых в процессе познания окружающей действительности.

Методику проведения экскурсии следует рассматривать как часть экскурсионной методики.

Методика проведения исторической экскурсии – сумма определенных действий экскурсовода по раскрытию отработанной темы экскурсии, логическому, последовательному изложению ее материала, эффективному использованию зрительных и словесных доказательств на пути достижения поставленной экскурсией цели.

Основа методики проведения исторических экскурсий – показ и рассказ; в равной степени это и названия двух главных элементов экскурсии.

Главное в методике проведения исторических экскурсий – умение показать объекты, рассказать о них и о связанных с ними исторических и других событиях, соблюдая принцип ведения – от показа к рассказу, причем ведущее место отводится показу.

Экскурсионная методика неразрывно связана с такими понятиями, как показ и рассказ. Показ и рассказ являются основными элементами экскурсии, видами деятельности экскурсовода. А методика показа и методика рассказа – два основных раздела экскурсионной методики.

Методика показа – большая часть экскурсионной методики по объему и сложности подготовки и осуществления. Методика рассказа – меньшая часть методики, носящая по отношению к первой части подчиненный характер.

Начинать следует с показа, со зрительных или иных впечатлений (осозательных, обонятельных) и затем уже вводить рассказ. Однако требования экскурсионной методики, ее аксиому: показ опережает рассказ – не следует понимать буквально. Иногда экскурсовод начинает очередную под тему со словесных указаний – куда, как и на какой именно объект следует смотреть экскурсантам. Эти слова являются началом показа.

Методика требует, чтобы логический переход был связкой между двумя зрительно воспринимаемыми сюжетами, т.е. представлял собой словесно зрительный мостик.

Методика предъявляет четкие требования ко всему экскурсионному процессу, его организации и содержанию. Вся многогранная работа по подготовке и проведению экскурсий должна быть построена в соответствии с требованиями экскурсионной методики к отбору экскурсионных объектов.

1. Необходимо отбирать для наблюдения объекты, которые имеют непосредственное отношение к теме;

2. Следует оставлять наиболее типичные и удачные для создания маршрута объекты; нужно отказаться от тех объектов, которые, хотя и раскрывают темы, но расположены неудобно (далеко, плохая видимость и т.п.). Методика требует логической последовательности в показе объектов (т.е. в их размещении на маршруте), выделения и использования пауз между объектами, нейтрализации отвлекающих раздражителей (уличного шума, посторонних разговоров, объектов, не входящих в тему, и др.). При построении маршрута обеспечивается максимальная экономия времени в передвижении экскурсионной группы между объектами. Важно избегать однообразия демонстрируемых объектов.

Одно из требований методики – обеспечение непрерывности экскурсии как процесса усвоения знаний, т.е. воздействие экскурсионного материала на экскурсантов в течение всего времени, отведенного на проведение.

Методика требует, чтобы экскурсант не только познакомился с объектами, но и правильно их воспринял, дал объективную оценку всему, что с ними связано, правильно толковал увиденное и услышанное. Важную роль в этом играют эмоциональные моменты. Они широко используются в

Секция 29. Туризм

экскурсии, воздействуют на чувства ее участников, вызывая радость, восхищение, гордость, возмущение, гнев и т.д.

Методика в своих рекомендациях учитывает эмоциональную сторону дела. Эмоциональное воздействие на аудиторию оказывает не только рассказ, но и показ предметов.