

*Шонгина А.И., студент магистрант
I курс, факультет «Институт менеджмента»
Оренбургский государственный университет
Россия, г. Оренбург*

АУДИОЭКСКУРСИЯ: ПОНЯТИЕ, ФУНКЦИИ, ТЕХНОЛОГИЯ РАЗРАБОТКИ

***Аннотация:** Статья посвящена инновационным технологиям в музейной и туристской сфере, которые становятся все более востребованными, и для которых существует огромный потенциал для роста и развития разнообразных платформ и приложений. Доступность инновационных платформ обуславливает возрастающую популярность мультимедийных и инновационных экскурсий, обеспечивая достижение высокого уровня сервиса и удовлетворение растущих потребностей экскурсантов.*

***Ключевые слова:** аудиоэкскурсия, инновации в туризме, инновационные технологии, аудиогиды, методика разработки аудиоэкскурсий.*

***Annotation:** The article is devoted to innovative technologies in the museum and tourism sector, which are becoming more and more in demand, and for which there is a huge potential for growth and development of various platforms and applications. The availability of innovative platforms causes the increasing popularity of multimedia and innovative excursions, ensuring the achievement of a high level of service and meeting the growing needs of tourists.*

***Key words:** audio tour, innovations in tourism, innovative technologies, audio guides, methods of developing audio tours.*

Существенной составляющей современного туристического продукта регионов РФ является экскурсионная деятельность. Потребности и требования

современных потребителей к экскурсионному обслуживанию обуславливают поиски новых подходов к организации экскурсионной деятельности, в частности активного применения инновационных технологий.

Инновации в туризме – это комплексные культурные досуговые мероприятия, включающие в себя новый компонент, предусматривающие новую форму проведения и формирующие спрос на новый продукт на туристском рынке. Примером инновационного проекта в туризме может служить разработка кардинально новых по форме и качеству экскурсий и мероприятий в городах РФ [1].

Современный экскурсант наиболее ценит удобство, комфорт, экономию времени, возможность самостоятельно планировать свой отдых, поэтому аудиоэкскурсии приобретают все большую популярность. Благодаря подобному формату пользователь может без труда в любое время суток прослушать интересующую его экскурсию на своем родном языке практически в любой точке мира, кроме того, использование такого продукта предоставляет потребителю свободу в выборе и построении собственной экскурсионной программы, согласно, его свободному времени, предпочтениям и другим личностным факторам [2].

Аудиоэкскурсия - это комплексный экскурсионный продукт в формате аудиофайла (аудиозаписи, фонограммы, звукозаписи), представляющий собой связный и законченный рассказ, состоящий из отдельных фрагментов, и который используется туристом или экскурсантом для самостоятельного знакомства с экспозициями музея и/или выставкой, местностью посредством его прослушивания при помощи специализированного или мобильного устройства.

Зачастую понятие «аудиоэкскурсия» отождествляется с понятием «аудиогид». Но, несмотря на их несомненную схожесть, аудио-гид имеет существенное отличие: он представляет собой несколько отдельных аудиофрагментов, которые можно прослушивать в произвольном порядке,

тогда как аудиоэкскурсия определяет точный маршрут следования по объектам, связанных между собой логическим повествованием.

Аудиоэкскурсии обладают обширными возможностями создания эффекта иммерсивности, то есть эффекта погружения в атмосферу происходящих событий.

На данный момент существуют специализированные сервисы, как для создания, так и для прослушивания аудиогидов и аудиоэкскурсий. Наиболее популярными сервисами являются izi.TRAVEL, Artefact, Smartify, Weatlas, Walkerie, Travel Me, 1000 Guides, Qwixi Tour, и другие. Данные сервисы призваны предоставить любому туристу новые возможности познакомиться с историческим и культурным наследием человечества по всему миру, и в частности РФ.

Итак, методика разработки аудиоэкскурсионного продукта во многом тождественна методике разработки классической экскурсии, но включает в себя также:

- множество технических аспектов, обусловленных спецификой платформы;
- особые требования, предъявляемые к проектированию маршрута экскурсии;
- необходимость продумать систему аудиоуказаний для перемещения по маршруту и обеспечить восприятие экскурсии слушателем без физического присутствия экскурсовода;
- при реализации аудиоэкскурсий должна быть составлена методическая разработка, включающая контрольный текст, карту-схему маршрута, технологическую карту, паспорта объектов основного показа, а также дополнительные иллюстративные объекты, которые можно подгрузить к отдельным точкам маршрута в виде своеобразного «портфеля экскурсовода».

Отличительные преимущества формата аудиоэкскурсий и аудиогидов в сравнении с классическим экскурсионным обслуживанием:

- возможность создавать эффекты иммерсивности (погружение в искусственно созданные условия);
- возможность повторно прослушать экскурсионную информацию;
- возможность использования услуги без привязки к какому-либо конкретному времени (круглосуточно и ежесезонно);
- возможность воспользоваться услугой единолично, без привязки к организованной экскурсионной группе;
- сохранение за собой права принимать решение о посещении экскурсии спонтанно, неожиданно, без заблаговременного бронирования;
- небольшая плата за услугу, либо ее полное отсутствие;
- легкость в использовании данных сервисов.

То есть возможность загрузить и прослушать аудиогид или аудиоэкскурсию представляется более выгодным, интересным и простым, по сравнению с классической или традиционной экскурсией, проводимой экскурсоводом.

Система разработки и реализации аудиоэкскурсий представлена в виде схемы и включает 4 главных этапа (рисунок 1):

1 Планирование (разработка) – включает определение цели и задач аудиоэкскурсионного проекта, разработку паспорта и программы экскурсионного маршрута и подсчет количества необходимых финансовых вложений в проект.

2 Организация (координация) – включает предварительную подготовку к реализации аудиоэкскурсии – определение характерных признаков предполагаемой целевой аудитории, проведение переговоров по сотрудничеству с профессиональным диктором, первичная обкатка маршрута.

3 Реализация проекта – включает непосредственную работу по внедрению или загрузке аудиоэкскурсии на специализированные платформы для путешествий.

4 Контроль – включает в себя оценку экскурсионного маршрута, выявление недостатков в его содержании и коррекцию на основе функции обратной связи.

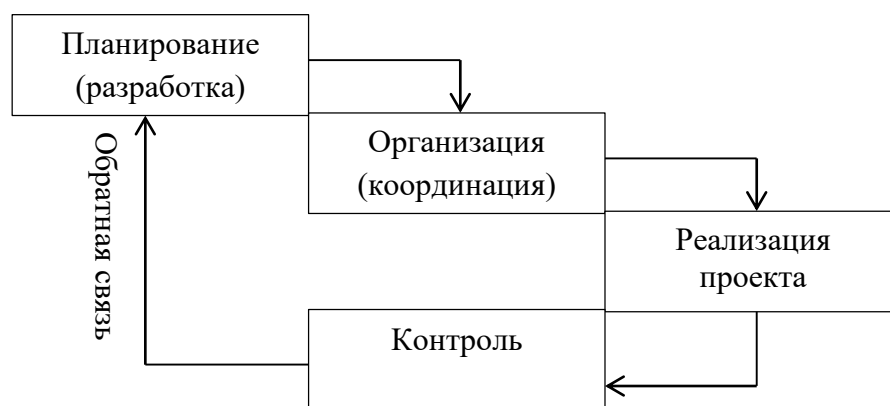


Рисунок 1 – Система разработки и реализации аудиоэкскурсий

Для создания и дальнейшего успешного продвижения аудиоэкскурсий, необходимо знать и понимать целевую аудиторию, а также активно пользоваться всеми преимуществами, которые может дать ее анализ.

Одним из наиболее распространенных и удобных способов выявления целевой группы является методика М. Шеррингтона, суть которой заключается в том, чтобы найти ответы на следующие пять вопросов:

1 Что? (What?) – какой товар/продукт/услугу предпочтет потенциальный потребитель, какими будут его/ее тип и характеристики.

2 Кто? (Who?) – демографические признаки потребителей.

3 Почему? (Why?) – какова мотивация к покупке именно этого продукта/услуги, а также ценовые предпочтения потребителя.

4 Когда? (When?) – время, в которое происходит приобретение услуги.

5 Где? (Where?) – места, в которых чаще всего совершается покупка, основные каналы распространения [3].

Таким образом, создание аудиоэкскурсий является трудоемким и кропотливым процессом, который требует от создателей и авторов экскурсий

сложной работы для того, чтобы готовый продукт сочетал в себе интерактивность, доступность, информативность и профессиональный контент. Преимущество аудиоэкскурсий заключается в их разнообразии. Туристы, в зависимости от цели и продолжительности своей поездки, способны подобрать оптимальный вариант аудиоэкскурсий. Аудиоформат призван облегчить труд экскурсоводов и сделать экскурсионные услуги все более доступными для разных категорий потребителей.

Использованные источники:

1. Ольга Александровна Лях, Виктория Валерьевна Лиханова Инновации в экскурсионной деятельности // Учёные записки ЗабГУ. Серия: Философия, социология, культурология, социальная работа. 2017. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsii-v-ekskursionnoy-deyatelnosti-1> (дата обращения: 11.12.2022).

2. Богомазова Ирина Викторовна Мультимедийные экскурсии как возможность в реальном времени знакомства туристов с достопримечательностями города и области // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2017. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/multimediynye-ekskursii-kak-vozmozhnost-v-realnom-vremeni-znakomstva-turistov-s-dostoprimechatelnostyami-goroda-i-oblasti> (дата обращения: 12.12.2022).

3. Афанасьев Олег Евгеньевич Опыт разработки иммерсивных аудиоэкскурсий на SMART-платформе Qwixi // Сервис в России и за рубежом. 2020. №1 (88). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/opyt-razrabotki-immersivnyh-audioekskursiy-na-smart-platforme-qwixi> (дата обращения: 11.12.2022).