

ЭКСКУРСИОННЫЙ PR-ПРОЕКТ КАК СРЕДСТВО СОЗДАНИЯ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНОЙ БАЗЫ И РЕАЛИЗАЦИИ ГРАЖДАНСКО-ПАТРИОТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ В УЧРЕЖДЕНИЯХ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Путеева О.В.

*Учреждение образования «Витебский государственный университет
имени П.М. Машерова», Витебск*

В статье на основе определения значения и сущности гражданско-патриотического воспитания в Республике Беларусь, разностороннего анализа данного понятия с точки зрения современной науки раскрывается актуальность проблемы гражданско-патриотического воспитания молодежи.

В качестве одной из важных форм реализации процесса гражданско-патриотического воспитания автор выделяет экскурсионную деятельность и рассматривает ее с точки зрения возможности создания широкого воспитывающего пространства в границах своей Родины. Проведен исторический анализ научно-методического сопровождения, в частности информационно-справочной базы о туристическом потенциале страны и рекомендациях по его использованию в учреждениях образования. Сделан вывод о необходимости пополнения данной базы информацией о современном туристическом потенциале Республики Беларусь и поиска инновационных средств его презентации и использования в целях гражданско-патриотического воспитания студенческой молодежи в процессе экскурсионной работы в высших учебных заведениях. В качестве одного из таких средств представлена авторская инновационная разработка «Экскурсионный PR-проект», предусматривающая построение и популяризацию на профессиональной основе новых экскурсионных маршрутов, создание информационно-справочного материала в помощь педагогам по организации и проведению самостоятельного туризма и экскурсий. Приводятся примеры разработанных и реализованных авторских экскурсионных PR-проектов, данные мониторинга по их эффективности в процессе гражданско-патриотического воспитания студентов.

***Ключевые слова:** гражданско-патриотическое воспитание, гражданственность, патриотизм, воспитывающее пространство, экскурсия, туризм, экскурсионный потенциал, проект, PR.*

(Искусство и культура. – 2020. – № 3(39). – С. 73–81)

EXCURSION PR-PROJECT AS A MEANS OF CREATING AN INFORMATION AND REFERENCE DATABASE AND IMPLEMENTING CIVIC PATRIOTIC EDUCATION AT HIGHER EDUCATION ESTABLISHMENTS

Puteyeva O.V.

Educational Establishment “Vitebsk State P.M. Masherov University”, Vitebsk

Based on the definition of the meaning and essence of civic patriotic education in the Republic of Belarus and on a comprehensive analysis of this concept from the point of view of modern science, the article reveals the urgency of the problem of civic patriotic education of youth.

As one of the important forms of implementing the process of civic-patriotic education of youth, the author identifies excursion activities and considers it in terms of the possibility of creating a wide educational space within the borders of one's

homeland. A historical analysis of the scientific and methodological support has been carried out, in particular the information and reference base on the tourism potential of the country and guidelines on its use in educational institutions. It is concluded that it is necessary to replenish this database with information about the modern tourism potential of the Republic of Belarus and to search for innovative means of its presentation and use for civic patriotic education of student youth in the process of excursion work at higher educational establishments. The author's innovative development "Excursion PR-project", which provides for the construction and popularization of new excursion routes on a professional basis, the creation of information and reference material to assist teachers in organizing and conducting amateur tourism and excursions, is presented as one of such tools. Examples of developed and implemented author's excursion PR-projects, monitoring data on their effectiveness in the process of civic patriotic education of students are given.

Key words: civic patriotic education, citizenship, patriotism, upbringing space, excursion, tourism, excursion potential, project, PR.

(Art and Cultur. – 2020. – № 3(39). – P. 73–81)

В современном мире в силу нестабильной международной обстановки, процессов глобализации и одновременно стремления человека и каждого государства сохранить свою индивидуальность, значительно возрос интерес к проблеме повышения эффективности гражданско-патриотического воспитания молодого поколения.

Актуальность данной проблемы в Республике Беларусь обоснована на государственном уровне. Это подтверждается, прежде всего, в определении значения и сущности гражданско-патриотического воспитания, которое лаконично и четко представил в Послании белорусскому народу и Национальному собранию Президент Республики Беларусь Александр Григорьевич Лукашенко отмечая, что «движущей силой прогресса являются не материальные блага, а патриотизм. Движение вперед невозможно без искренней любви к Родине, земле предков, к своему народу. Патриотизм проявляется не в словах и лозунгах, а в жизненной позиции человека, его повседневных трудах» [1].

Исходя из сказанного, педагогическая наука сегодня стремится к расширению границ и возможностей гражданско-патриотического воспитания за счет внедрения в свою практику передовых достижений в различных сферах науки, культуры, бизнеса и т.п.

Цель статьи – теоретическое обоснование экскурсионных PR-проектов как нестандартного инновационного средства повышения эффективности гражданско-патриотического воспитания в ходе экскурсионной работы, создания широкого воспитывающего пространства в рамках своей страны. Аналогов подобного проекта нами не обнаружено.

Определение понятия «гражданско-патриотическое воспитание». Проблема гражданско-патриотического воспитания рассматривается в работах ученых разных направлений. Отправной точкой в исследованиях является, как правило, определение основных составляющих данное

понятие элементов: «гражданственность» и «патриотизм».

Понятие «гражданственность» в современной научной литературе имеет достаточно широкое значение. Рассмотрим, прежде всего, различие понятий «гражданин» и «гражданственность».

Понятие «гражданин» сегодня предполагает, что каждый субъект «имеет гражданство как оформленную правовую связь с государством и государственными структурами. Вместе с тем понятие "гражданственность" ... отражает одновременно сущность и качество, свойственные объекту или субъекту и выделяющие его среди других себе подобных. Гражданственность, таким образом, – определенное качество, которым может быть наделен гражданин» [2].

Патриотизм (от греч. *patris* – родина, отечество) – особое расположение, отношение, проявляемое человеком, социальной группой, населением к своей стране, своему народу, Родине, желание поддержать своим участием процветание своей страны, отечества, любовь к отчизне, отечеству [3].

Гражданственность и патриотизм тесно взаимосвязаны. Например, Н.А. Савотина, определяя взаимосвязь двух понятий, говорит: «Гражданственность "подписывается" патриотизмом... Гражданин обладает совокупностью прав и обязанностей. Патриот чувствует любовь к своей Родине, а гражданин знает свои обязанности перед ней. Согласно этому было бы, на наш взгляд, корректным определить гражданственность как качество нравственно-политическое, важной составляющей которого является патриотизм. В такой трактовке гражданственность интегрирует общечеловеческие ценности духовные: высокий строй души и чувств, социальную направленность мысли» [4].

Таким образом, гражданственность является более осознанным чувством и подразумевает наличие определенных действий человека в соответствии с законами и традициями своей страны.

В настоящее время существует еще несколько немаловажных понятий, относящихся к теме гражданско-патриотического воспитания. Для нашего исследования представляют интерес следующие понятия.

Патриотизм гражданский, который «в соответствии с неогуманистической концепцией, акцентирует внимание и на адекватной обратной связи (принцип гармонии) – на любви отечества к своим согражданам...» [5, с. 274]

Ярким проявлением патриотизма гражданского является, прежде всего, Конституция Республики Беларусь, где закреплены основные права и обязанности граждан нашей страны.

Следующее важное понятие – гражданская компетентность. Оно «может быть раскрыто через ряд ключевых компетентностей, каждая из которых удерживается определенным набором способностей, составляющих эту компетентность: исследовательская компетентность – способности, связанные с анализом и оценкой текущей социальной ситуации; компетентность социального выбора – способности, связанные с умением осуществить выбор и принять решение в конкретной социальной ситуации, при столкновении с конкретными социальными проблемами; компетентность социального действия – способности, связанные с задачами по реализации сделанного выбора, принятого решения; коммуникативная компетентность – способности взаимодействия с другими людьми (включая толерантность), прежде всего при решении социальных проблем; учебная компетентность – способности, связанные с необходимостью дальнейшего образования в постоянно изменяющихся социальных условиях» [6].

Из сказанного вытекает необходимость гражданского образования, которое можно определить как систему воспитания на основе гражданских ценностей (идеалов, нравственных принципов) [6].

Итак, в результате проведенного анализа мы не только имеем представление об объекте исследования, но можем представить современную цель гражданско-патриотического воспитания – воспитание гражданственности как создание комплекса субъективных качеств личности, проявляющихся в отношениях и деятельности человека при выполнении им социально-ролевых функций: осознанной законопослушности, патриотической преданности в служении Родине и защите интересов Отечества, в подлинно свободной и честной приверженности к ориентациям на общепринятые нормы и нравственные ценности, включая сферы труда, семейно-бытовых

отношений, межнациональных и межличностных отношений [7].

Роль экскурсии в расширении воспитывающего пространства в границах своей Родины. Учитывая большую значимость гражданско-патриотического воспитания, в каждом учебном заведении ставятся задачи не только по формированию у молодого поколения гражданско-патриотических качеств в ходе различных мероприятий, но и по созданию воспитывающего пространства, которое будет способствовать их развитию.

Экскурсия, а точнее – туристический потенциал страны, дает возможность выхода в широкое воспитывающее пространство Родины с целью его познания и воспитания уважения и преданности своей Отчизне.

Экскурсия – одно из традиционных мероприятий в учреждениях образования, но мы предлагаем рассмотреть ее с точки зрения создания широкого воспитывающего пространства в границах своей Родины, определяя при этом как объект нашего исследования – процесс реализации приоритета гражданско-патриотического воспитания в ходе экскурсионной работы. Данный подход отражает новизну нашего исследования проблемы и, соответственно, указывает на необходимость поиска инновационных подходов к совершенствованию объекта.

Для любого процесса реализации необходим целый ряд условий. Одним из важнейших – является наличие соответствующего методического сопровождения. На основании этого, предметом нашего исследования выступает научно-методическая база, в частности информационно-справочная база о туристическом потенциале страны и разработки по его использованию в экскурсионной деятельности в учреждениях образования.

Итак, мы ограничили рамки исследуемой проблемы в пределах экскурсионной деятельности.

Поясним, что понятие «туристический потенциал» в нашем исследовании рассматривается как «совокупность природных и историко-культурных объектов и явлений, а также социально-экономических и технологических предпосылок для организации туристской деятельности на определенной территории, причем данная деятельность непременно должна сводиться к соблюдению базовых принципов туризма» [8, с. 387].

Также обратим внимание, что мы рассматриваем экскурсии, проводимые не в рамках изучения какого-либо предмета, которые принято называть учебными экскурсиями, а экскурсии, проводимые во внеаудиторное время

и которые организовывались и проводились самими педагогами и учащимися и могут быть отнесены к самостоятельному туризму («для расширения общего кругозора»).

Аналитический обзор истории развития экскурсионного дела (в рамках задач нашего исследования) начнем, отметив, прежде всего, что в психолого-педагогической литературе роль экскурсии неизменно, с момента своего появления, определяется достаточно высоко как одной из наиболее эффективных форм воспитательной работы в целом.

В ходе экскурсий учащиеся получают не просто знания, а знания визуально, а часто и тактильно подтвержденные. В результате экскурсия дает реальное соприкосновение с историей, а также демонстрирует реальную современность, помогает осознать ее с помощью экскурсовода, что, в свою очередь, помогает зарождению осознанного чувства гражданственности и патриотизма.

Успех в достижении положительного результата экскурсии, ее конечной цели во многом определяется уровнем и качеством ее методики и научно-методического сопровождения.

Принципы организации и проведения экскурсий в учебных заведениях разрабатывались на протяжении долгого периода становления экскурсионного дела. При разработке методических материалов определялись не только цели и задачи, принципы организации, разработки структуры, содержания экскурсий, приемы работы и т.п., но также предлагалась серьезная справочно-информационная база для проведения экскурсий. Она, как правило, включала в себя маршруты, их описание, расположение и описание интересных объектов на маршруте. Методика организации и проведения экскурсий в классическом виде сложилась к середине XX века, а вот содержание, информационно-справочная база всегда были наиболее подвержены изменениям и дополнениям в соответствии с целями и задачами, которые зависят и обоснованы изменениями в обществе, новыми открытиями в науке, появлением новых экскурсионных объектов и т.п. [9].

Таким образом, мы можем утверждать, что для решения конкретных, соответствующих своему времени задач гражданско-патриотического воспитания важное значение имеет наличие актуальной информационно-справочной базы, содержащей информацию об экскурсионном потенциале.

Следовательно, расширение воспитываемого пространства в границах своей страны в целях гражданско-патриотического воспитания

на основе экскурсий реально лишь при наличии актуальной методической базы.

Становление и роль методической базы для педагога в экскурсионной деятельности на территории Беларуси. В качестве доказательства приводим более подробный анализ истории развития экскурсионного дела на территории Беларуси.

Уже на начальном этапе исторического анализа экскурсионной методики нами установлено следующее.

Во-первых, гражданско-патриотическое воспитание как целевая установка в экскурсии, существовала практически всегда. Однако она всегда конкретизировалась, исходя из интересов конкретного государства, что находило отражение в содержании экскурсии.

Во-вторых, основой для построения содержания служат труды ученых и исследователей, раскрывающих туристический потенциал с точки зрения истории родного края, географии, биологии, этнографии, а также политики и идеологии государства и т.п.

В Беларуси хорошую основу для проведения экскурсий заложили работы П.М. Шпилевского, который провел исследования в области географии, этнографии Беларуси и доступным для простого читателя языком рассказал о богатой истории и традициях нашего края в своих трудах: «Поездка в западные губернии», «Западнорусские очерки», «Белоруссия в характеристических описаниях и фантастических ее сказках», «Путешествие по Полесью и белорусскому краю».

Значительный интерес представляют работы М.О. Кояловича, И.Д. Горбачевского, А.П. Сапунова, Н.Я. Никифоровского и др.

Важным моментом в истории развития экскурсий в Российской империи, в состав которой входила и территория Беларуси, в конце XIX века было создание Российского общества туристов, много внимания уделяющего организации и проведению экскурсий, в том числе в учебных заведениях. Обществом издавались журналы «Русский турист» с приложениями «Дорожник» и «Ежегодник» (своего рода дорожно-справочная литература), «Экскурсионный вестник», «Школьные экскурсии и школьный музей» (Одесса), «Русский экскурсант» (Ярославль), также справочно-методические материалы, путеводители, которые ложились в основу содержания экскурсионной работы в учреждениях образования.

Из сказанного становится понятно, что активный рост экскурсий среди учащихся в XIX веке, расширение границ путешествий стали возможны, в том числе и благодаря появившейся актуальной на тот момент

информационно-справочной базе о туристическом потенциале.

Востребованность экскурсий в обществе привела к появлению профессии экскурсовода и необходимости разработки маршрутов, программ, содержания экскурсий на новом уровне, преимущественно специалистами и для специалистов.

Однако создание путеводителей, различного плана справочного материала для самостоятельной организации экскурсий, в том числе и для учреждений образования, не только не прекратилось, но и значительно расширилось. Среди авторов были историки, специалисты разных областей науки и искусства и учителя, которые и становились, как правило, первыми профессиональными экскурсоводами, именно благодаря им экскурсия стала занимать важное место в гражданско-патриотическом воспитании молодежи, ведь задача учителя, в отличие, скажем от специалиста-биолога или историка, не просто преподнести знания по биологии, истории или другому предмету в ходе экскурсии, но и максимально использовать материал для воспитания патриотических чувств, показать, например, не просто природу, а природу как образ Родины, не просто место исторического события и рассказать о нем, а раскрыть духовную, нравственную сущность конкретного исторического события, показать человека в контексте исторического события, роль его поступков и, наконец, вывести исторический урок для нынешнего поколения.

Свое яркое продолжение эта идея нашла в СССР.

В.П. Антонов-Саратовский в книге «Беседы о туризме», выпущенной в 1930 году, обращал внимание на то, что пролетарский туризм – путь к социалистической культуре, форма классово-борьбы, проводник задач партии и советской власти и, следовательно, является глубоко политическим событием.

Особо тщательно и интенсивно в СССР велась работа по созданию научно-методического и справочного материала для проведения экскурсий в учреждениях образования. Идеологи советской эпохи позаботились о продвижении идей коммунизма, объясняя туристу в многочисленных путеводителях и методических пособиях не только, как подготовиться к путешествию чисто в бытовом плане, что тоже воспитывает в определенном смысле, но и, рекомендуя посетить важные исторические, промышленные объекты, объясняя, как до них добраться и т.п.

Патриотическое воспитание базировалось в основном на посещении мест,

связанных с героической борьбой за Советскую Родину. В путеводителях четко указывались места героических событий и памятники, давалось их краткое описание, рекомендовалось посещение передовых хозяйств, заводов и фабрик.

Информационно-справочный материал по туризму и экскурсиям для педагогов содержался, например, в «Книге вожака» [10], многочисленной литературе краеведческого плана. Информацию также можно было получить из журнала «Турист» (ВЦСПС), проспектов «Туристические маршруты» (ЦСТЭ ВЦСПС) и др.

Таким образом, самодеятельный туризм в советское время имел серьезную информационную базу для познания своей страны и воспитания любви и преданности Советской Родине у граждан.

Современное состояние экскурсионной работы и ее методического сопровождения в учреждениях высшего образования.

Современные молодые люди, несмотря на гиперинтерес к виртуальной реальности, много путешествуют по своей стране. Путешествия организуются и проводятся также на базе учреждений образования.

Но невозможно не заметить определенных трудностей в процессе организации и проведения данных мероприятий в настоящий момент с точки зрения их экскурсионной составляющей.

Период развала Советского Союза серьезно сказался на некоторых моментах самодеятельного туризма. Утрата старых социальных ориентиров, проблемы становления новых государств и их идеологических основ стали причиной утраты некоторой части накопленного опыта экскурсионной работы в сфере образования.

В учреждениях высшего образования, как показывает практика, большинство кураторов испытывают серьезные трудности в организации и проведении самодеятельного туризма не только из-за отсутствия знаний методики проведения самой экскурсии, опыта подобной работы и т.п., но в большой степени из-за слабой информированности о современном туристическом потенциале Республики Беларусь. Краеведческая литература, что и необходимо самодеятельному туристу, выходит, но локально и малым тиражом. Так, например, в Витебской области интересные материалы изданы по истории многих регионов и городов (г. Глубокое, г. Россоны, г. Постава и др.). Необходимо отметить и большую работу преподавателей ВГУ имени П.М. Машерова в разработке историко-краеведческого материала. В частности большой

интерес представляют работы Т.С. Бубенько, А.Н. Дулова, Т.В. Котович, А.М. Мезенко, Л.А. Моторовой, А.В. Русецкого, Д.В. Юрчака и многих других.

Стоит также сказать, что полноценная подготовка экскурсий, включающая поиск новых объектов, разработка маршрутов, необходимой информации и ее обработка требует достаточно много времени, что не всегда может позволить себе современный преподаватель, отдавая предпочтение подготовке к лекции по своему предмету.

В результате педагог сегодня часто не в состоянии в полной мере выполнить возложенную на него миссию по ознакомлению студентов с родным краем самостоятельно в силу объективных причин и как следствие, к сожалению, нередко студенты демонстрируют довольно поверхностное знание своей страны, а полученная молодыми людьми информация является часто неточной, искаженной, либо, что еще хуже, информации вообще нет, только фото из путешествий, подписанные что-то типа: «наверное, какое-то историческое здание», «какие-то развалины», «памятник» и т.п. Об этом свидетельствуют анализ отчетов, высказывания, впечатления, которыми делятся молодые люди, преподаватели, кураторы, в том числе и в соцсетях, по поводу своих путешествий.

А ведь если разобраться, то это – проявление низкого уровня гражданственности, гражданской позиции молодых людей. Интерес в данном случае не привел к желанию узнать историю объекта, интерес остается на визуальном уровне, что явно недостаточно для возникновения патриотических чувств. Причиной такого отношения часто становится безуспешный опыт поиска (чаще в интернете) достоверной и, по возможности, краткой информации об объекте.

Все сказанное констатирует тот факт, что современный педагог, стремящийся организовать и провести самостоятельно экскурсию для студентов, испытывает информационный голод. Особенно это сложно, если стоит задача отыскать и показать что-то новое, неизвестное или малоизвестное, даже в отношении уже знакомых объектов.

Следовательно, проблема реализации гражданско-патриотического воспитания молодежи в учреждениях образования на основе расширения воспитывающего пространства в границах своей страны должна решаться за счет создания современной информационной базы для педагогов.

Существующая информация, разрабатываемая в туризме, нацелена на привлечение

туристов и представляет объект, который расскажет вам о каком-то событии, раскроет его тайны и т.п. Это коммерческая реклама и она способна оказать лишь частично помощь в организации самостоятельного путешествия, а содержание экскурсии (разработка маршрута, информация об объектах), имеющее рецензию, имеет и авторские права, что ограничивает круг пользователей информацией. Однако даже наличие авторской разработки потребует от педагога специфических знаний и может вызвать ряд трудностей в процессе экскурсии.

Таким образом, мы приходим к выводу о необходимости поиска инновационного подхода в решении поставленной нами проблемы.

Экскурсионный PR-проект как средство создания информационно-справочной базы и реализации гражданско-патриотического воспитания в учреждениях высшего образования. Одним из вариантов решения проблемы могут стать экскурсионные PR-проекты, разработанные и опробованные специалистами, владеющими на профессиональном уровне как знаниями в области туризма (туристического потенциала), так и в области педагогики.

Такой выбор обоснован несколькими причинами.

Во-первых, проектная деятельность сегодня широко применяется практически везде, в том числе в туризме и в системе образования и предполагает создание некоего образца, основы для организации и осуществления какой-либо деятельности в будущем.

Во-вторых, специфика PR такова, что делает его востребованным сегодня во всех областях деятельности человека именно в целях достижения успеха. Проанализировав ряд научных работ о сущности PR, мы пришли к выводу о возможности его использования для достижения поставленной нами цели данного исследования. Далее предлагаем обоснование подобного вывода.

Вначале нами было найдено приемлемое для исследования определение самого понятия «PR».

PR (Public Relations) – дословно может переводиться как «связи с общественностью». Определений данному понятию много, но все могут быть сведены к одному – это комплекс мероприятий, направленный на формирование положительного и управляемого имиджа не только товаров и/или услуг, личности, моды, но и культуры, традиций и идеологии государства [11].

Учитывая, что в условиях разработки и становления идеологии белорусского

государства особо необходимо разъяснение преимуществ и формирование положительного имиджа государственной идеологии, становится вполне обосновано проведение различных PR-мероприятий в этом направлении. В число таких мероприятий, безусловно, входят и экскурсии по Беларуси, с их огромным воспитательным потенциалом.

Важным моментом является и то, что как в педагогике, так и в PR есть «объект» и «субъект» и, исходя из определений, данных М.А. Шишкиной, мы можем говорить об их изначальной общности в определенном плане.

Базисный субъект PR – это та организация, на решение проблемы которой направлена PR-кампания.

Технологический субъект – это PR-структура, планирующая и реализующая кампанию. Технологический субъект может быть внутренним (собственная PR-служба) и внешним (PR-агентство).

Объектом PR-кампании является сознание и поведение членов целевых аудиторий организации, функционирующих в рамках конкретной проблемной ситуации [12].

Все вышесказанное легко адаптируется и применяется относительно экскурсионного PR-проекта, построенного в рамках целей и задач педагогического процесса и может быть представлено в виде модели.

Предлагаемая нами модель экскурсионного PR-проекта направлена на повышение эффективности гражданско-патриотического воспитания в учреждениях высшего образования и рассматривается как средство создания информационно-справочной базы для расширения границ воспитывающего пространства и реализации гражданско-патриотического воспитания молодежи в ходе экскурсии.

Базисным субъектом экскурсионного PR-проекта в нашем случае выступает учреждение высшего образования, нацеленное на решение проблемы повышения эффективности гражданско-патриотического воспитания молодежи в ходе экскурсионной работы во внеучебное время.

Технологический субъект – собственная PR-служба, представленная специалистами из области педагогики и туризма, а также студенческим активом, планирующая и реализующая кампанию. Вопросы планирования и реализации кампании в данном случае затрагивают предмет нашего исследования.

Объект PR-кампании – гражданско-патриотическое сознание и поведение студенческой молодежи. Как видим, объект PR-проекта согласуется с объектом нашего исследования, которым является процесс реализации

приоритета гражданско-патриотического воспитания в ходе экскурсионной работы, т.е. процесс воздействия на гражданско-патриотическое сознание и поведение студентов.

Непосредственно процесс реализации модели экскурсионных PR-проектов состоит из последовательных этапов:

- разработка новых экскурсионных маршрутов;
- создание, в соответствии с требованиями системы образования, информационно-справочной базы, содержащей информацию о туристическом потенциале Беларуси, которая может быть использована широким кругом педагогов для организации и проведения экскурсий;
- организация и проведение экскурсий для студентов с целью гражданско-патриотического воспитания;
- популяризация осуществляется через презентацию проекта и отчет о проведенной специалистом реализации проекта.

Разработка маршрутов ведется на основе требований современного менеджмента туризма и экскурсионной работы. В общих чертах они представляют собой классическую схему разработки нового экскурсионного маршрута и опираются на специальные знания из области современного профессионального туризма и экскурсий [2].

Для создания информационно-справочной базы в помощь педагогу материалы экскурсии адаптируются и строятся с учетом современных требований и приоритетов государства в области гражданско-патриотического воспитания, социально-экономического развития, туристической деятельности и системы образования. На данном этапе важно учесть специфику самостоятельной экскурсии. Предлагаемые материалы, по возможности, должны содержать информацию краткую, но раскрывающую тему в достаточной степени и не требовать дополнительных исследований. Но список литературы по теме вполне уместен, т.к. дает толчок к саморазвитию.

Популяризация экскурсионных маршрутов ведется исходя из принципа подачи информации в PR-подготовке к достижению главной цели экскурсии через объяснение слушателю как потенциальному участнику экскурсии и ее продвижения, выбора темы и экскурсионных объектов. В данном случае рекомендуется: организация мероприятий для педагогов и студентов (лекции, презентации, пресс-конференции), научно-методическая работа (написание статей, создание рекламных буклетов, создание их интернет-варианта и т.п.).

В отношении процесса популяризации умственно сделать некоторые пояснения.

PR связан с рекламой. Понятия эти часто путают или отождествляют. Все же большинство исследователей высказывают мнение об их взаимодополняемости [13]. Мы придерживаемся данной точки зрения и считаем, что экскурсионные PR-проекты в образовании нуждаются в рекламе.

Информация, поступающая в ходе обычной рекламы экскурсии, преподносит готовую программу с перечнем достопримечательностей и т.п., носит кратковременный характер, а информация, поступающая в ходе PR-проекта, нацелена на подготовку к достижению главной цели экскурсии через объяснение выбора ее темы и объектов. PR-проект продолжителен по времени, и информация должна быть действительно важна для конкретного человека (педагога, студента) для того, чтобы он сам уже был заинтересован в ее распространении. Таким образом, PR более эффективное средство воздействия на человека.

Усиление эффективности в нашем проекте обеспечивается участием самих студентов в создании и реализации экскурсионных PR-проектов.

Проекты предусматривают разные уровни активизации студентов в их гражданском становлении, с учетом интересов и возможностей: активный слушатель и участник, активный разработчик. В первом случае студенту предлагается совершить экскурсию, поделиться своими впечатлениями в любой форме, во втором – активно участвовать в разработке экскурсии.

Апробация и результаты реализации экскурсионных PR-проектов. В создании и реализации экскурсионных PR-проектов нами достигнуты определенные положительные результаты.

Предлагаемые нами экскурсионные PR-проекты были апробированы на базе экскурсионно-краеведческого клуба «Эридан» отдела по воспитательной работе с молодежью ВГУ имени П.М. Машерова [14].

Нашими первыми пробами в разработке экскурсионных PR-проектов были тематические экскурсии, раскрывающие историю университета, страницы жизни и деятельности П.М. Машерова.

В результате нами был собран значительный информационно-справочный материал, который был представлен на выставках научно-методической литературы и педагогического опыта в Минске (2015–2019), Орше (2019).

Сегодня многие материалы представлены на страничке музея истории университета и Мемориального музея П.М. Машерова ВКонтакте [14].

Например, были разработаны экскурсионный PR-проект «История ВГУ в архитектуре», «На родину героя» (экскурсия на малую родину Героев Советского Союза, выпускников университета М.А. Высогорца, К.А. Абазовского). В рамках празднования 100-летия со дня рождения П.М. Машерова была разработана экскурсионный PR-проект «100 шагов Памяти». Материалы были представлены в докладе на научно-практической конференции «Расонскі край: Гісторыя, культура, людзі» (2018), организованной Институтом истории НАН Беларуси совместно с Россонским райисполкомом. В работе конференции приняли участие студенты ФМ и ИТ, участники экскурсий по машеровским местам. Студенты представили стендовую презентацию по теме «Машеровские места Беларуси».

Особое внимание студентов и педагогов привлек экскурсионный PR-проект «Свеча Памяти. Уроки Великой Отечественной войны», подготовленный к 75-летию освобождению Беларуси от немецко-фашистских захватчиков. Разработаны и презентованы маршруты, которые значительно расширили знания о героизме и трагедии советского народа в той войне. Маршруты проходили по хорошо знакомым местам, что помогало ощутить сопричастность к событиям, задуматься о роли и значении Великой Победы советского народа в Великой Отечественной войне.

Благодаря заинтересованности университета в проведении такого рода воспитательной работы, проекты стали носить систематический характер, а по некоторым маршрутам, используя накопленный нами материал кураторы смогли организовать самостоятельные экскурсии. По данным проведенного нами мониторинга сегодня кураторы, используя наш материал, организуют экскурсии в историко-краеведческий музей аг. Зароново, к мемориалу аг. Копти, в п. Лужесно и т.д. Кроме того, все больше кураторов и студентов обращаются с просьбой оказания помощи в организации новых путешествий. Экскурсии на дальние расстояния преподаватели предпочитают организовывать и проводить совместно с нами. Этому способствуют доверительные отношения к нашей работе, понимание, что мы – работники одной сферы, но разной специализации и можем успешно дополнять друг друга, решая единую цель в одном коллективе.

Заключение. Таким образом, на основании вышеизложенного мы можем констатировать о достижении поставленной в данной работе цели.

В ходе сравнительного исторического анализа экскурсионной работы в системе образования и воспитания, используя некоторые общие моменты в современных подходах к организации и проведению работы в образовании и туризме, в качестве эффективного средства создания информационно-справочной базы и реализации гражданско-патриотического воспитания студенческой молодежи нами разработана инновационная модель экскурсионных PR-проектов. Данная модель была успешно апробирована на практике.

Внедрение в воспитательную деятельность профессионального туризма позволило значительно расширить границы воспитывающего пространства, создать информационно-справочную базу для организации и проведения самостоятельных экскурсий и туризма.

Возможность для студентов принять участие в проекте на разных уровнях активности (активный слушатель и активный разработчик) позволяет привлечь к участию в проекте, а, следовательно, предоставляет возможность эффективного воздействия на процесс гражданского становления широкого круга студентов.

Важно также отметить, что в результате реализации экскурсионных PR-проектов не только повышается уровень гражданско-патриотической направленности самостоятельного туризма в учреждении образования, расширяется воспитывающее пространство, но все это дает возможность повышения имиджа и репутации учреждения образования как социально-значимого объекта, усилия которого направлены на развитие своей страны и привлечение к этому процессу молодого поколения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Послание Президента белорусскому народу и Национальному собранию [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.belta.by/ru/all_news/president/Poslanie-Prezidenta-belorusskomu-narodu-i-Natsionalnomu-sobraniju_i_597034.html. – Дата доступа: 24.10.2019.
2. Князев, А.М. Воспитание гражданственности / А.М. Князев. – М.: РАГС при Президенте РФ: [сайт]. [2006]. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://prochtu.ru/text.php?avtor=354&kniga=5&f=html&p=view> – Дата доступа: 10.10.2019.
3. Райзберг, Б.А. Современный социоэкономический словарь / Б.А. Райзберг. – М., 2012. – С. 360.
4. Савотина, Н.А. Гражданское воспитание: традиции и современные требования / Н.А. Савотина // Педагогика. – 2002. – № 4. – С. 39–44.
5. Словарь терминов и понятий по обществознанию / авт.-сост. А.М. Лопухов. – М., 2013. – 7-е изд. перераб. и доп. – С. 274.
6. Чулкова, Р.Г. Формирование гражданской компетентности учащегося как актуальная задача современной школы / Р.Г. Чулкова // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=12381> – Дата доступа: 23.10.2019.
7. Чиркунова, А.Е. Формирование гражданско-патриотического воспитания учащихся в общеобразовательной школе / А.Е. Чиркунова, И.Р. Сорокина // Молодой ученый. – 2014. – № 21. – С. 706–709. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/80/14351/> – Дата доступа: 23.10.2019.
8. Арсеньева, Е.И. Экотуристские ресурсы территорий: проблемы концептуального анализа, оценки и использования / Е.И. Арсеньева, А.С. Кусков, Н.В. Феоктистов // Современный город: социокультурные и экономические перспективы: сб. науч. ст. – Саратов: Научная книга, 2004. – С. 387.
9. Емельянов, Б.В. Экскурсоведение: учебник / Б.В. Емельянов. – М.: Советский спорт, 2002. – 3-е изд., перераб. и доп. – 216 с.
10. Строев, А. Книга вожатого / Ф. Строев, Т. Матвеева. – М.: Изд-во ЦК ВЛКСМ «Молодая гвардия», 1954. – С. 554.
11. Филиппов, А.В. Профессиональная PR-деятельность: научные, управленческие, коммуникационные основы / А.В. Филиппов, М.В. Меньшикова (ред.). – М.: Изд-во ГУУ, 2008. – 240 с.
12. Шишкина, М.А. Паблик рилейшнз в системе социального управления / М.А. Шишкина. – СПб., 1999. – 2-е изд. – СПб.: СЗРЦ «Русич», Паллада-медиа. – 2002. – 448 с.
13. Шарков, Ф.И. Реклама и связи с общественностью: коммуникативная и интегративная сущность кампаний / Ф.И. Шарков, А.Л. Родионов. – М.: Академический Проект: Трикса, 2005. – 304 с. – («Gaudeamus»)
14. Экскурсионный PR-проект «Свеча Памяти. Уроки Великой Отечественной войны» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vk.com/vsu.muzeistori>. – Дата доступа: 11.11.2018.

Поступила в редакцию 02.12.2019