

Беликова Л. Ф. «Мозговой штурм» как эффективный метод группового социокультурного проектирования развития туризма в малых городах / Л. Ф. Беликова, И. М. Кондюрина // Социокультурное пространство России и зарубежья : общество, образование, язык. Выпуск 7. — Екатеринбург : Ажур, 2018. — С. 18—24

УДК [3.316.4]

© **Беликова Людмила Федоровна (2018)**, кандидат философских наук, доцент, кафедра социологии и социальной работы, Российский государственный профессионально-педагогический университет (Россия, Екатеринбург).

© **Кондюрина Ирина Михайловна (2018)**, кандидат педагогических наук, доцент, кафедра русского и иностранных языков, Российский государственный профессионально-педагогический университет (Россия, Екатеринбург), im.kon@mail.ru

«Мозговой штурм» как эффективный метод группового социокультурного проектирования развития туризма в малых городах

Аннотация. Статья посвящена актуальным вопросам организации социокультурного проектирования развития туризма в малых городах в условиях активизации внутреннего туризма. Особое внимание уделяется рассмотрению особенностей социокультурного проектирования в туризме. Обосновывается целесообразность интеграции всех участников туристского рынка для разработки сначала социокультурных проектов турпродуктов, а затем и проектов развития соответствующей инфраструктуры для них с целью обеспечения комплексного устойчивого развития малых городов. Отмечается, что возможности решения данной проблемы связаны с формированием в муниципальных образованиях проектных команд, способных посредством «мозгового штурма» в ходе групповой работы находить востребованные проектные решения. Предлагается практиковать методику и технологию диагностико-проективного исследования, где алгоритм «мозгового штурма» приобретает соответствующие структуру и преимущества.

Ключевые слова: туризм; малый город; социокультурное проектирование в туризме; групповая работа по проекти-

рованию; диагностико-проективное исследование; «мозговой штурм».

© **Belikova Liudmila F. (2018)**, PhD in Philosophy, associate Professor, Russian State Vocational Pedagogical University (Russia, Yekaterinburg).

© **Kondyurina Irina M. (2018)**, PhD in Pedagogy, associate Professor, Russian State Vocational Pedagogical University (Yekaterinburg, Russia), kafin07@mail.ru.

Brainstorming as an Effective Method of Group Socio-Cultural Projection of Tourism Development in Small Towns

Abstract. The article deals with the topical issues of the organization of socio-cultural PROJECTION of tourism development in small towns in the conditions of the activation of domestic tourism through group work by the method of “brainstorming” and the features of the technology of “brainstorming” in diagnosis - projective research. Special attention is paid to the consideration of the features of socio-cultural design in tourism. The expediency of integration of all participants of the tourist market for the development of socio-cultural projects of tourism products, and then projects of the development of appropriate infrastructure for them to ensure comprehensive sustainable development of small cities is proved. The possibilities of solving this problem are associated with the formation of project teams in municipalities, capable of finding demanded project solutions through “brainstorming” during the group work. It is proposed to practice the methodology and technology of diagnostics-projective research for this purpose, where the algorithm of “brainstorming” acquires the appropriate structure and advantages. The author’s experience of such studies prove the effectiveness of the proposed technology.

Key words: tourism; small town; socio-cultural projection in tourism; group projection work; diagnosis-projective research; “brainstorming”.

Рост конкуренции на муниципальном уровне в условиях активизации в последнее время внутреннего туризма актуализирует вопросы поиска новых туристских ресурсов как осознаваемых значительных факторов для оздоровления экономики, дальнейшего экономического роста конкретных поселений.

Особого внимания заслуживают малые города¹, обладающие значительным культурно-историческим, туристским потенциалом, реализованным пока не в полной мере, но для которых развитие внутреннего туризма выступает необходимым условием экономического роста и благосостояния населения за счет формирования современного эффективного конкурентоспособного туристского рынка [Донникова и др.]. Туризм в таких поселениях отсутствует либо только-только начинает свое развитие. Как правило, организаторами туристской деятельности выступают специалисты отдела культуры местного муниципального образования, клуб краеведов, базирующийся в местном музее, учителя, организующие школьные экскурсии; города посещают редкие транзитные туристы и паломники, останавливающиеся в единичном гостевом доме или мини-отеле [Щегольков и др., 2017, с. 126].

В условиях дефицита местных бюджетов и источников финансирования программ развития туризма возрастает роль социокультурного проектирования как одной из эффективных и низкзатратных форм проектирования турпродуктов на базе кооперация всех участников этого рынка [Федулин, 2017, с. 133].

В России уже имеются успешные практики развития туризма в малых городах, опыт успешных средних туристских городов; все большее количество регионов активно занимаются разработками программ туристско-рекреационного освоения территорий, используя возможности социокультурной проектной деятельности [Щегольков и др., 2017, с. 126—127; Федулин, 2017, с. 131]. Более того, исследователи указывают на то, что в настоящее время практика активного использования проектных подходов (в сочетании с процессными подходами), позволила создать новую корпоративную культуру и новый тип проектно-ориентированных организаций (фирм, компаний) [Джанджугазова, 2014, с. 7].

Проектирование туристских продуктов сводится к разработке проекта как идеальной модели, где обоснованы и нормативные представления об объекте, и ресурсы, с помощью которых можно достичь этого идеального (желательное, должное) состояния.

1 Малым городом в России считается город с численностью населения не более 50 000 чел. В настоящее время таких насчитывается около 800. В них живут 20 млн россиян, это 15 % населения нашей страны (см. Распределение численности малоимущего населения в зависимости от места проживания. Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/poverty).

Применительно к туристской деятельности социокультурное проектирование предполагает разработку организаторами прежде всего культурно-познавательного содержания в отличие от распространенной практики преимущественного внимания к внешним условиям перемещения туристов (условиям питания, проживания, транспортным средствам и др.) в отличие от формального и коммерческого подхода к туристам. Предметом таких проектов является конструирование предварительного виртуального перемещения туристов (ментального путешествия), изначально выстроенного организаторами как культурный «текст» [Кирова, 2008].

Такие социокультурные проекты способствуют решению многих социальных проблем регионов средствами культурно-ориентированного туризма.

Практика показывает, что основой для долгосрочного и устойчивого развития туризма на любой территории является именно туристский продукт, а уже затем связанные с ним инфраструктурные и инвестиционные решения. При этом в малых городах целесообразно комплексное обслуживание туристов по определенной программе с учетом особенностей туристских ресурсов территории, что может способствовать увеличению рынка, расширению системы спроса и предложения, дифференцированию его, большей специализации социокультурных программ (тематики) [Щегольков и др., 2017, с. 133].

Потому в рамках понимания социокультурного проектирования как технологии, важно, прежде всего, провести маркетинговую оценку всех туристских ресурсов территории, определить ее туристскую специализацию, разработать проекты уникальных туристских продуктов, а затем — оригинальные идеи, проекты совершенствования туристской инфраструктуры.

Туристское проектирование фактически представляет собой сложный многоуровневый комплекс действий, охватывающий деятельность всех субъектов туристской деятельности, кооперацию всех участников туристского рынка. В соответствии с действующим законодательством и национальным стандартом ГОСТ Р 50644 — 2010 проектирование туристских продуктов туристской услуги может осуществляться туристским предприятием или другой организацией, включая общественные организации потребителей, творческие объединения, благотворительные организации, профильные кафедры вузов, на договорной основе по инициативе заинтересованных предприятий и организаций [ГОСТ Р 50644].

Ключевую роль в формировании турпродукта играют местные органы власти: именно они призваны формировать цели и устанавливать приоритеты, вовлекать в творческую интеграцию как можно больше активных и равнодушных людей. Модераторами такого коллективного проектирования, как правило, выступают бизнес-тренеры и профильные специалисты отраслевых вузов.

Преимущество группового проектирования, в отличие от индивидуального, в возникновении так называемого синергетического эффекта: в увеличении силы решений от объединения усилий многих людей, когда в процессе такой творческой работы может получиться решение, которого до этого не было ни у одного из участников группы и не появилось бы без использования специальных технологий коллективного взаимодействия.

Одним из эффективных методов коллективного проектирования выступает «мозговой штурм» как методика коллективной мыслительной работы, имеющая целью нахождение нестандартных решений обсуждаемой проблемы за небольшой промежуток времени. Особенности методики в том, что требуется придумать как можно большее количество идей за ограниченное время; разделены во времени процесс генерации идей и их критика; эмоционально «заряжает» всех участников атмосфера всеобщего творчества.

Требование к «мозговому штурму»: равенство статусов участников; ограниченность работы во времени; запрет на взаимную критику в любой форме; запрет на объявление любой идеи ложной, на прекращение обсуждения; информирование участников о том, что они не несут ответственности за выполнение конструктивных предложений, высказанных в процессе обсуждения.

Преимущества методики «мозгового штурма» в процессе коллективного (группового) проектирования состоят в сочетании научного творчества и скрупулезного расчета, в сочетании логики и интуиции участников, которые представлены собранием людей различных специальностей, научного темперамента, индивидуальных качеств практического опыта; ЛПР (лица принимающие решения в сфере туризма, от которых, в конечном счете, зависит их реализация) получают опыт нетрадиционного для них способа поиска актуальных управленческих решений [Беликова, 2007, с. 119].

Методика «мозгового штурма» приобретает специфические особенности на этапе проектирования инфраструктуры для реализации разработанного турпродукта. Здесь уместно применение методики и технологии диагностико-проективного исследования, задачами которого выступает

социальный диагноз (оценка) фактического состояния туристской инфраструктуры в городе; выявление нормативной (должной, желательной) модели инфраструктуры; выявление остроты проблемы посредством сравнения фактического состояния с должным; разработка на основе полученной диагностической информации проекта инфраструктуры для внедряемого турпродукта посредством групповой работы методом «мозгового штурма».

В основе такого варианта «мозгового штурма» — этапы (раунды) и приемы диагностической технологии, отражающие сущность проектирования: обсуждение анализ группой разработчиков проекта проблемной ситуации, выявление нормативного состояния, сравнение фактического состояния с должным и конструирование на этой основе проекта как системы мероприятий, обеспеченной соответствующими ресурсами (финансовыми, материальными, организационно-кадровыми, интеллектуальными и др.) [Там же, с. 21—22].

Реализация одним из авторов статьи данной технологии на основе разработанного и апробированного инструментария в процессе многолетних исследований подтверждает практическую значимость групповой работы над проектом методом «мозгового штурма» с вовлечением в нее не только представителей бизнес-сообщества, но и общественных организаций и муниципальных учреждений.

Создавая образцы решения конкретных социально значимых проблем на основе социокультурного туристского проектирования, реально внедряя проекты турпродуктов, муниципальная власть имеет возможность обеспечить научно-обоснованные управленческие мероприятия, способствующие развитию внутреннего туризма как стратегического ресурса экономического развития малого города.

Литература

1. Беликова Л. Ф. Основы социальной диагностики и проектирования в управлении организацией / Л. Ф. Беликова. — Екатеринбург : РГППУ, 2007. — 185 с.
2. ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг [Электронный ресурс]. — Режим доступа : https://allgosts.ru/03/080/gost_r_50681-2010.
3. Джанджугазова Е. А. Туристско-рекреационное проектирование : учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / Е. А. Джанджугазова. — Москва : Академия, 2014. — 272 с.

4. *Донникова Т. С.* Проектирование как эффективный инструмент развития туристического рынка [Электронный ресурс] / Т. С. Донникова, А. К. Шпак. — Режим доступа : https://elibrary.ru/download/elibrary_26319111_16848275.pdf. //

5. *Кирова М. С.* Социально-культурное проектирование в области организованного туризма : автореферат диссертации ... кандидата культурологии [Электронный ресурс] / М. С. Кирова. — Москва, 2008. — Режим доступа : <http://www.dissercat.com/content/sotsialno-kulturnoe-proektirovanie-v-oblasti-rganizovannogo-turizma>.

6. *Федулин А. А.* Роль администраций малых городов в формировании туристского продукта / А. А. Федулин // Современные проблемы сервиса и туризма. — 2017. — Том 11. — № 2. — С. 131—133.

7. *Щегольков Ю. Ю.* Последний шанс... или может ли туризм спасти малые исторические города России? Опыт участников проекта «Настоящая Россия» в исследовании туристского потенциала городов ЦФО / Ю. Щегольков, А. Пронин, П. Метелкина // Современные проблемы сервиса и туризма. — 2017. — Том 11. — № 2. — С. 126—127.