



# **Интерактивные мультимедиа технологии в проекте повышения туристической грамотности**

**Выполнила студентка группы МИК21 Н.Т. Шония**

**Научный руководитель:  
доцент, к.ф.н. А. С. Фролова**

# Актуальность

На сегодняшний день потребляемый контент и его характер активно меняется, аудитория все меньше смотрит телевизор и на первое место по охвату вышли такие платформы, как YouTube и Instagram.

# Степень научной разработанности

Использование интерактивных методов обучения в системе образования изучал Сухомлинский В.А. , областью изучения Алексеевой А.О. были новые медиа в информационном обществе. Также Тим О'Райли изучал вопрос участия пользователя в развитии и улучшении проектов и сервисов.

Таким образом слабо изученным остается аспект взаимодействия интерактива с мультимедиа технологиями

# Объект и предмет

- Объект исследования: мультимедиа инструменты в культурно - просветительских проектах;
- Предмет исследования: потенциал интерактивной анимации в повышении туристической грамотности.

# Проблема

Необходимость нахождения эффективных медиа-инструментов формирования туристической грамотности, в условиях трансформации потребляемого контента

# Цель работы

Разработка и внедрение интерактивного мультимедиа проекта для повышения туристической грамотности

# Задач

## И

- Исследование мультимедиа инструментов в реализации культурно-просветительских проектов.
- Изучение теоретико-методологических оснований исследования интерактивности как фактора повышения эффективности медиа-коммуникации.
- Анализ культурно-просветительских проектов в сфере туризма.
- Эмпирическое исследование потребностей аудитории в реализации проекта.
- Разработка серии интерактивных анимационных роликов, направленных на повышение туристической грамотности.
- Внедрение и оценка реализации проекта.

# Гипотеза

Посредством использования интерактивных мультимедиа технологий возможно улучшить вовлеченность аудитории при усвоении межкультурных правил и норм, что в свою очередь повысит уровень туристической грамотности

# Методы

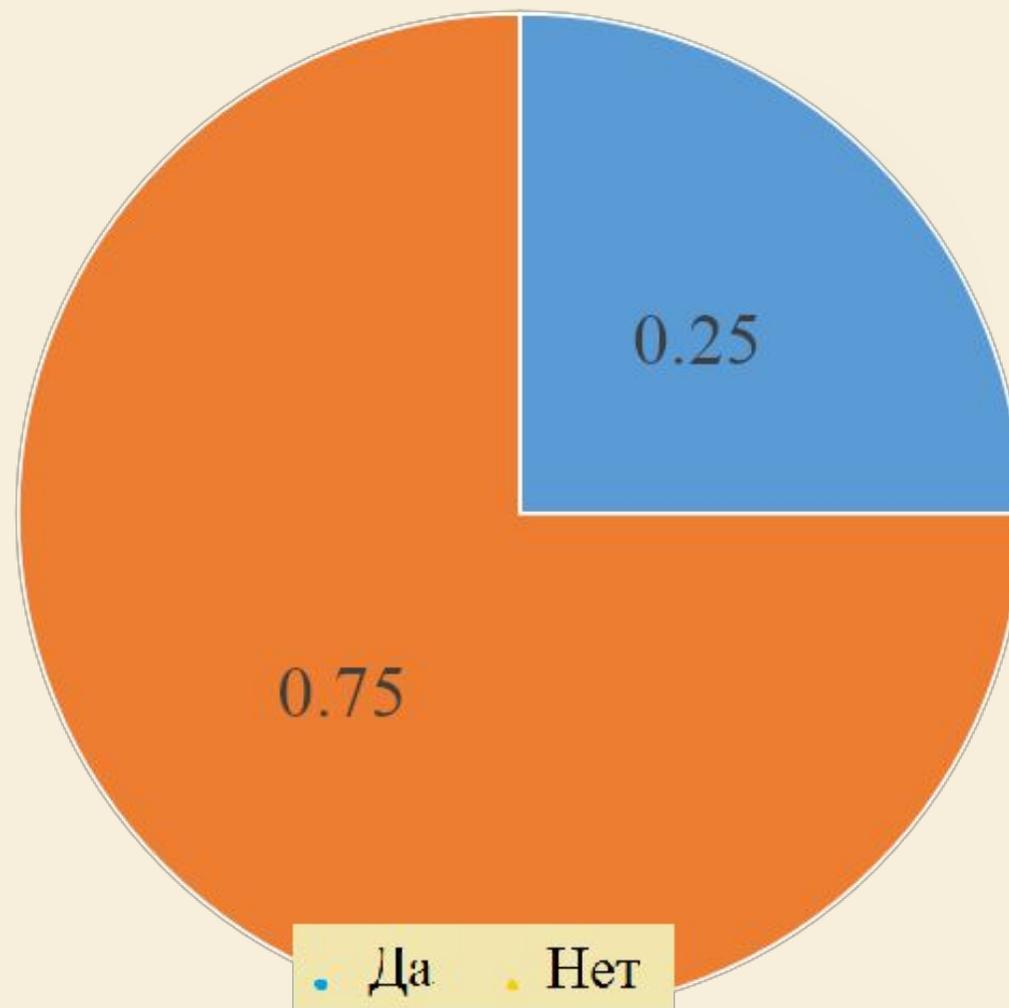
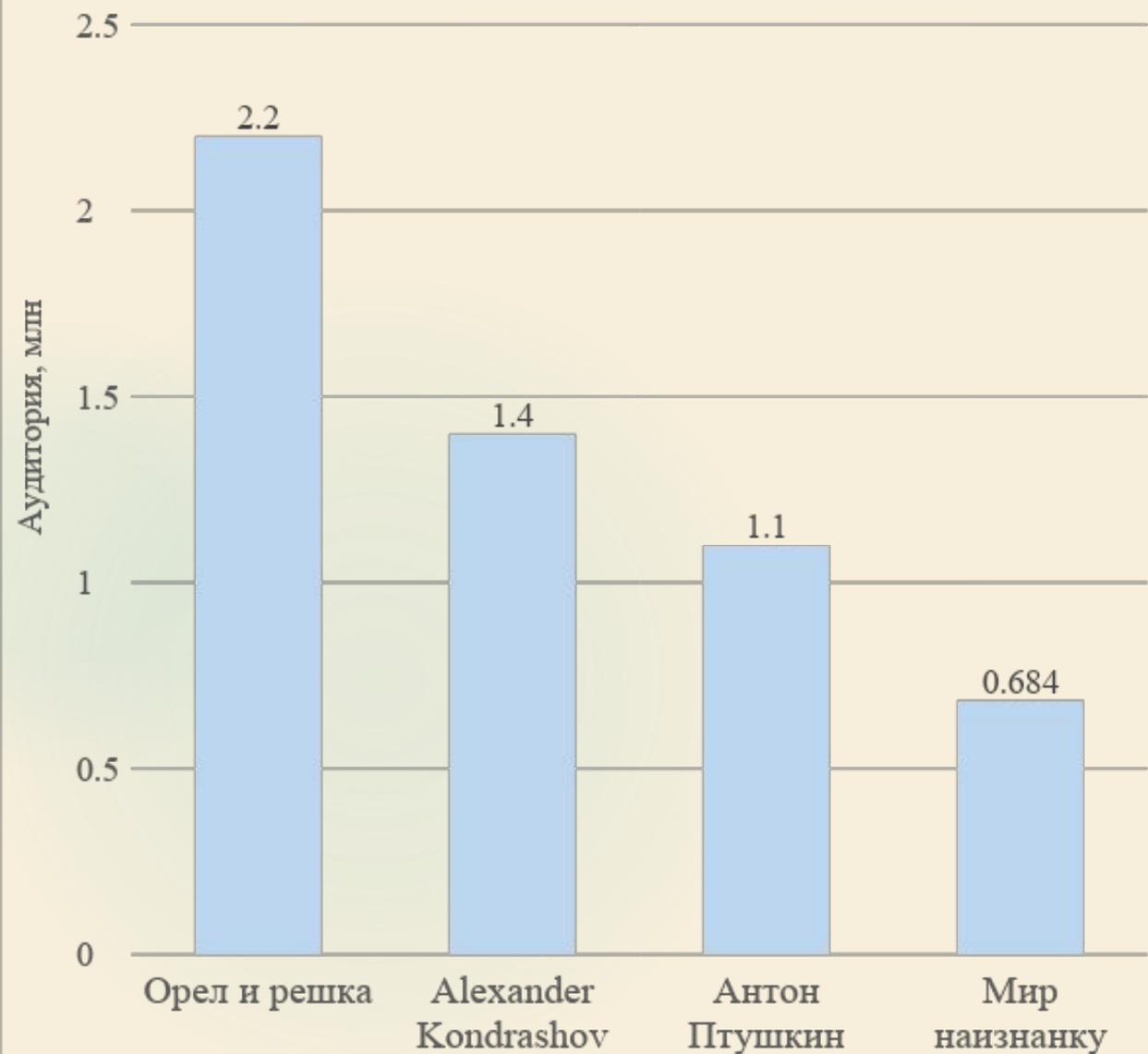
- Сравнительный анализ
- Экспертный интервью
- Фокус-группа

# Практическая значимость работы

Анимационные видео будут использоваться в качестве обучающих материалов в сфере туризма, а также в культурно-просветительских целях, при формировании контента в сети Instagram турагенства «Анекс тур»

# Анализ рынка

## Сравнительный анализ каналов



# Выводы по первой главе

На данный момент времени культура потребления информации изменилась – от пассивной и потребительской к кооперативной и интерактивной. Появляется новый мир, мир – «мы, медиа», где каждый участник может быть причастным к созданию контента и его усовершенствованию.



Виртуальный музей «Третьяковская галерея»



Виртуальный музей «Версаль»

# Выводы по второй главе

- Интерактивные медиапроекты наиболее успешны в таких сферах как: реклама, телевидение (построение сюжетной линии сериалов и т.п.), социальная сфера (петиции, платформы для сбора средств), использование интерактива в образовании
- В сфере туризма существует несколько наиболее значимых проектов: виртуальные музеи – посещение экспозиций известных музеев через интернет. Чаще всего это реально существующие музеи с разработанными интерактивными возможностями, которые позволяют без личного визита перемещаться по залам, смотреть трехмерные изображения, изучать информацию об экспонатах. Например – музей Ван Гога в Амстердаме, Государственная Третьяковская галерея в Москве, Музеи Ватикана и др.

# Применение интерактивных технологий в рекламе

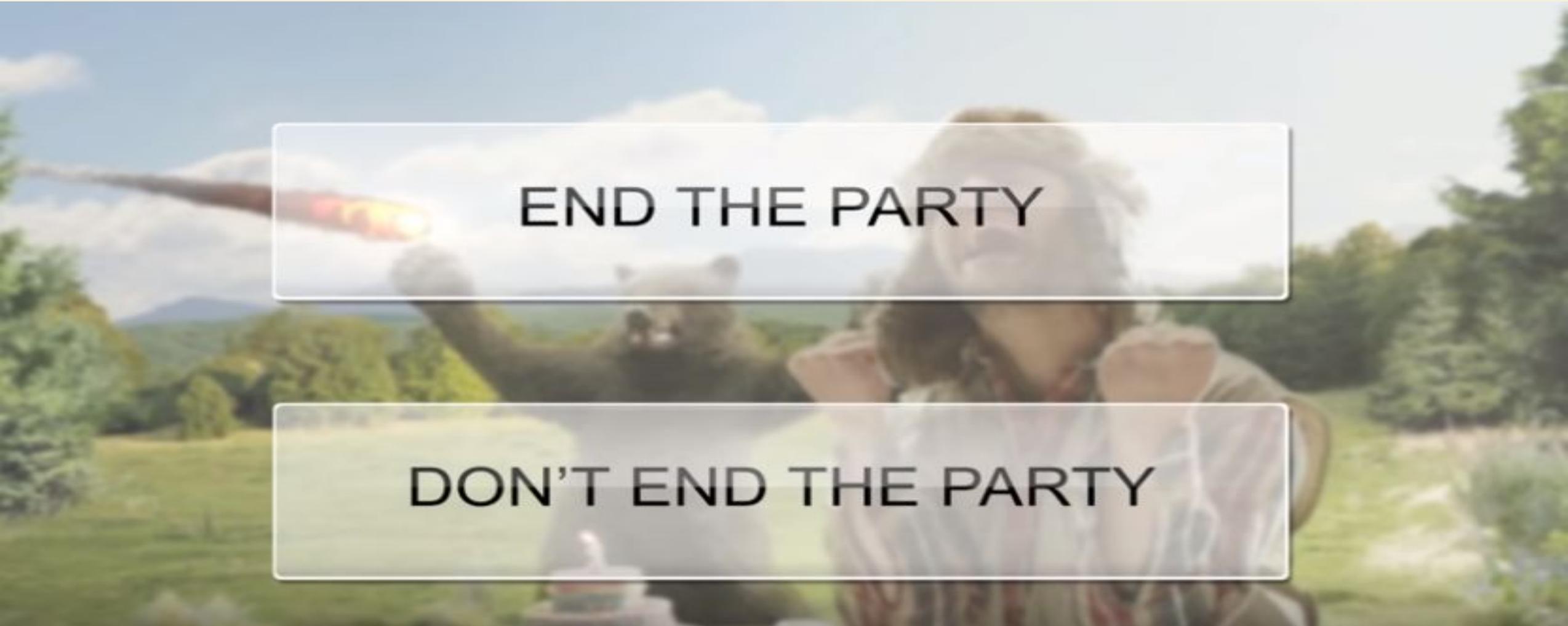


Рисунок – стоп–кадр интерактивного рекламного ролика TippiEx

Для осуществления интерактива зрителю необходимо ввести год, в котором будет продолжаться праздник

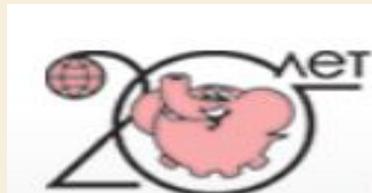
Hunter and bear's 1000 birthday party ▶ Play



Рисунок – вариант продолжения видео

# Экспертное интервью

Для выявления ключевых тем и акцентов внимания, которые необходимо реализовать в проекте, было проведено интервью с тремя директорами туристических агентств города Ростова-на-Дону, «Анекс Тур», «Розовый слон», «Пегас туристик».



# Также для этой цели были использованы сервисы Yandex wordstat и Google Trends.

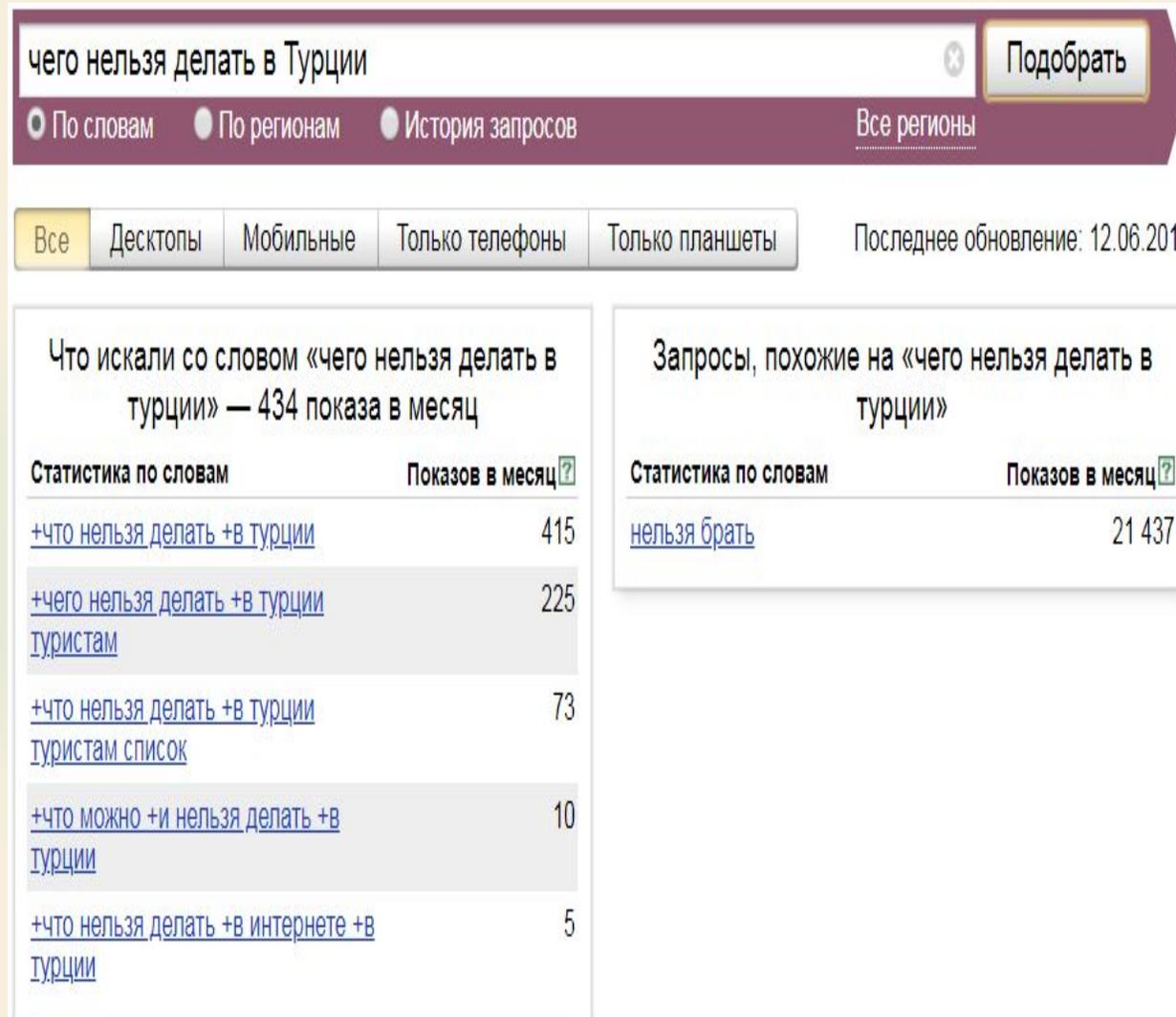


Рисунок – запросы Yandex wordstat

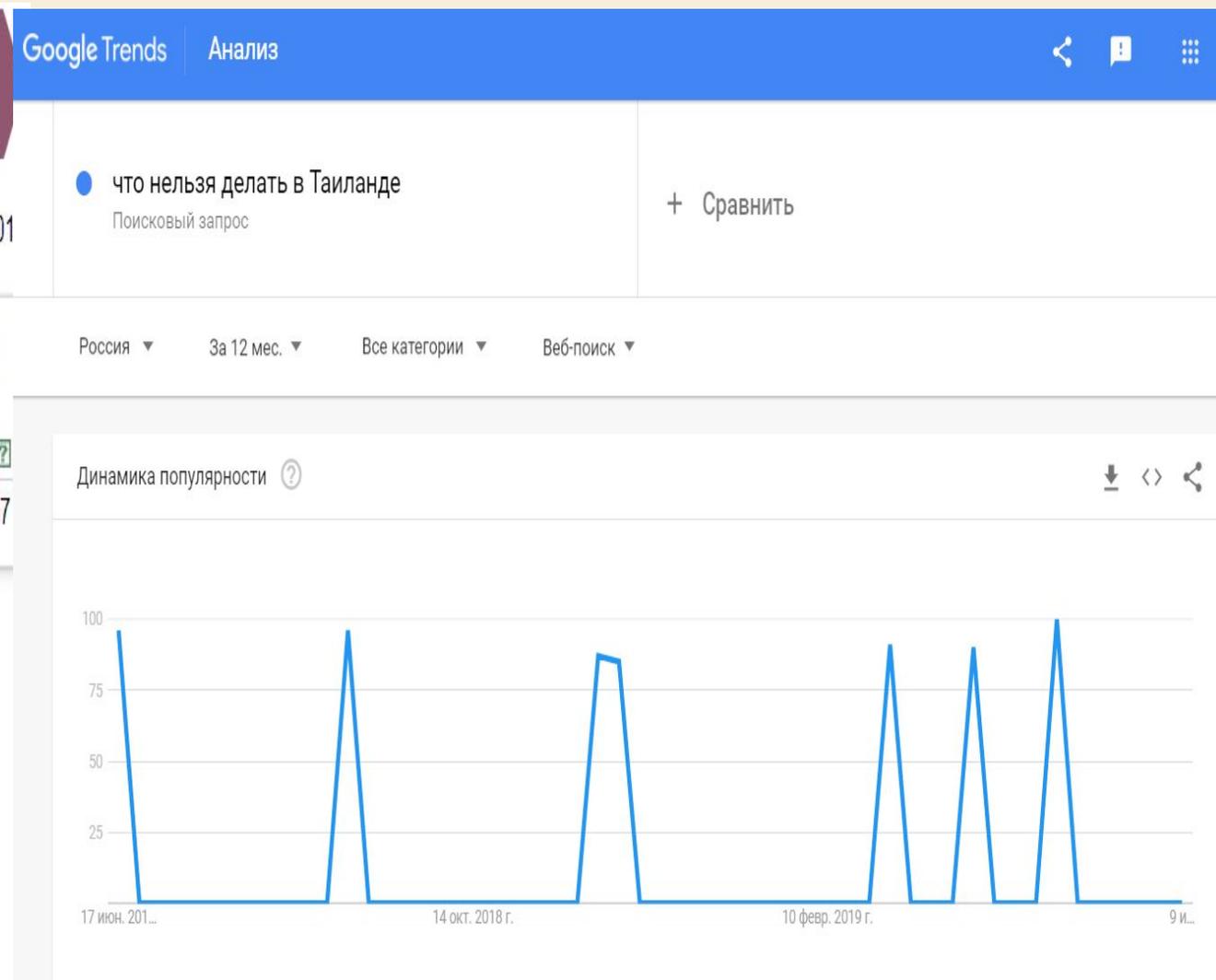
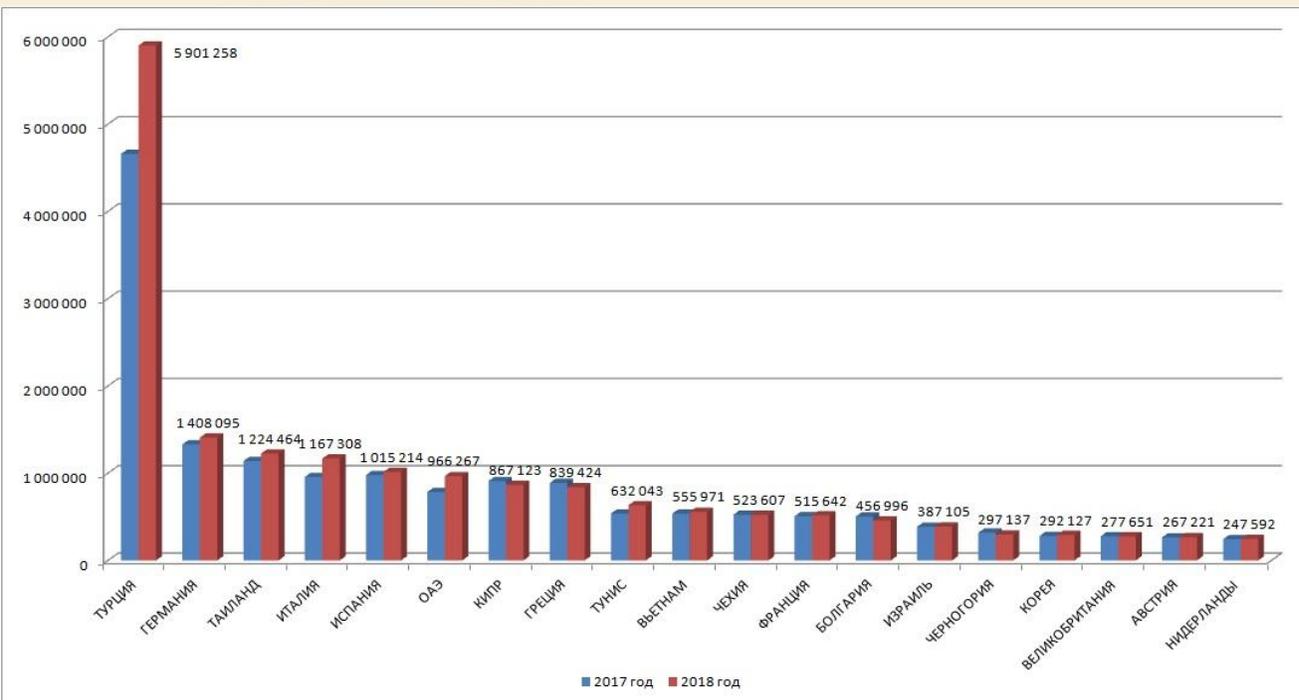


Рисунок – запросы Google Trends

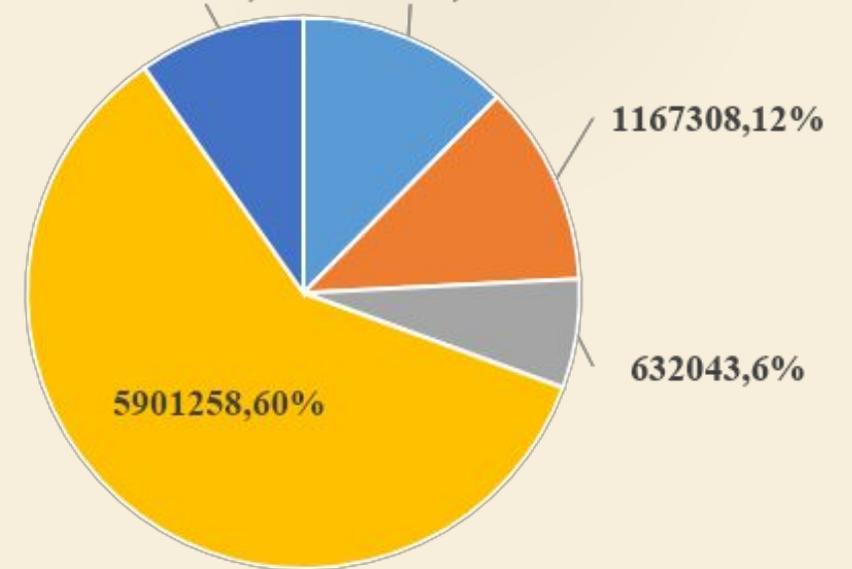
# Контент

Выбор стран для создания роликов был основан на спросе этих направлений у россиян, результатах экспертного интервью, запросов в интернете, а также на различии менталитетов, культур и законодательной базы. По данным Аналитической службы АТОР Более двух третей (70,7%) общего прироста выездного потока из России в 2018 году обеспечили пять стран Таиланд, Италия, Тунис, Турция, ОАЭ.



**ТОП–20 стран «дальнего» зарубежья по объему выездного турпотока из России (за исключением приграничных государств) в 2018 году**

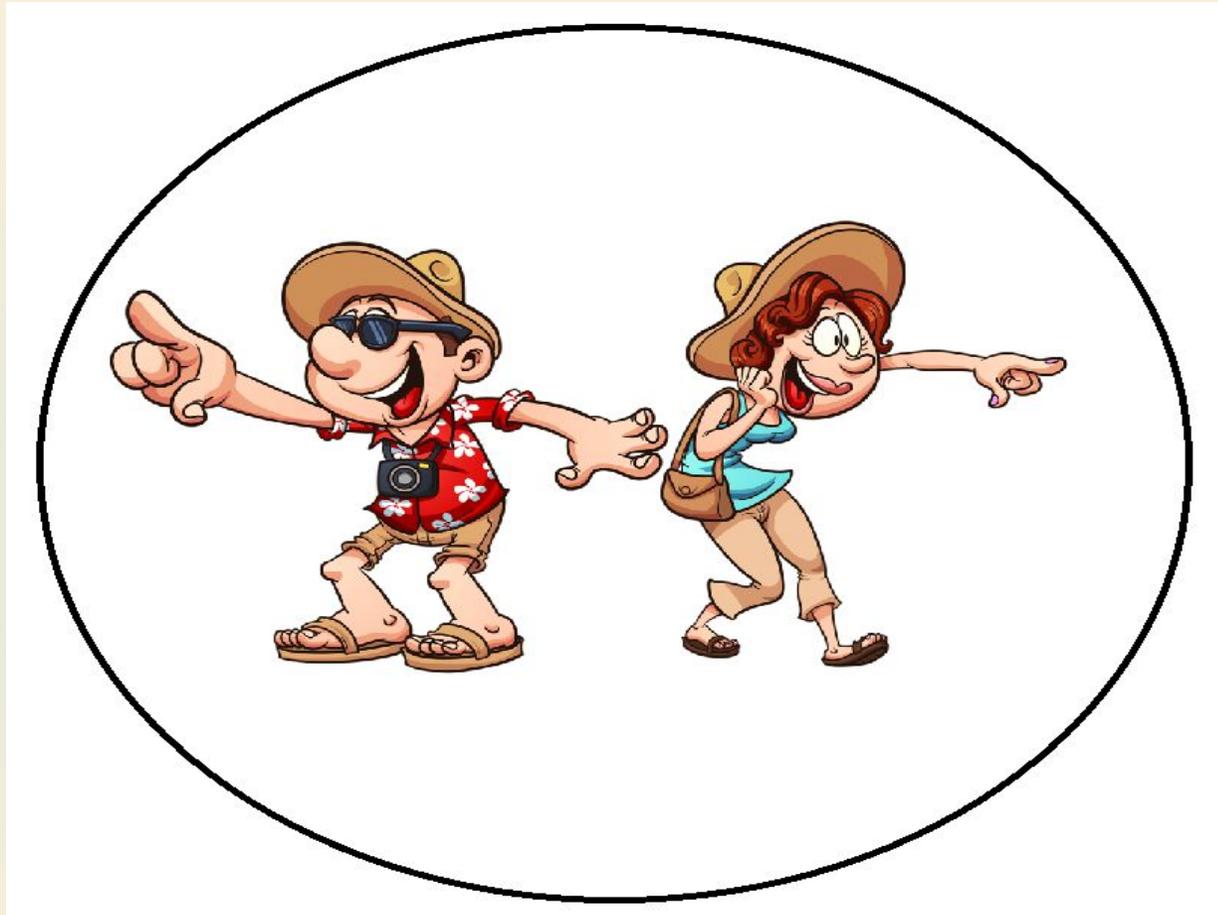
**Топ пять стран, обеспечивших максимальный прирост**



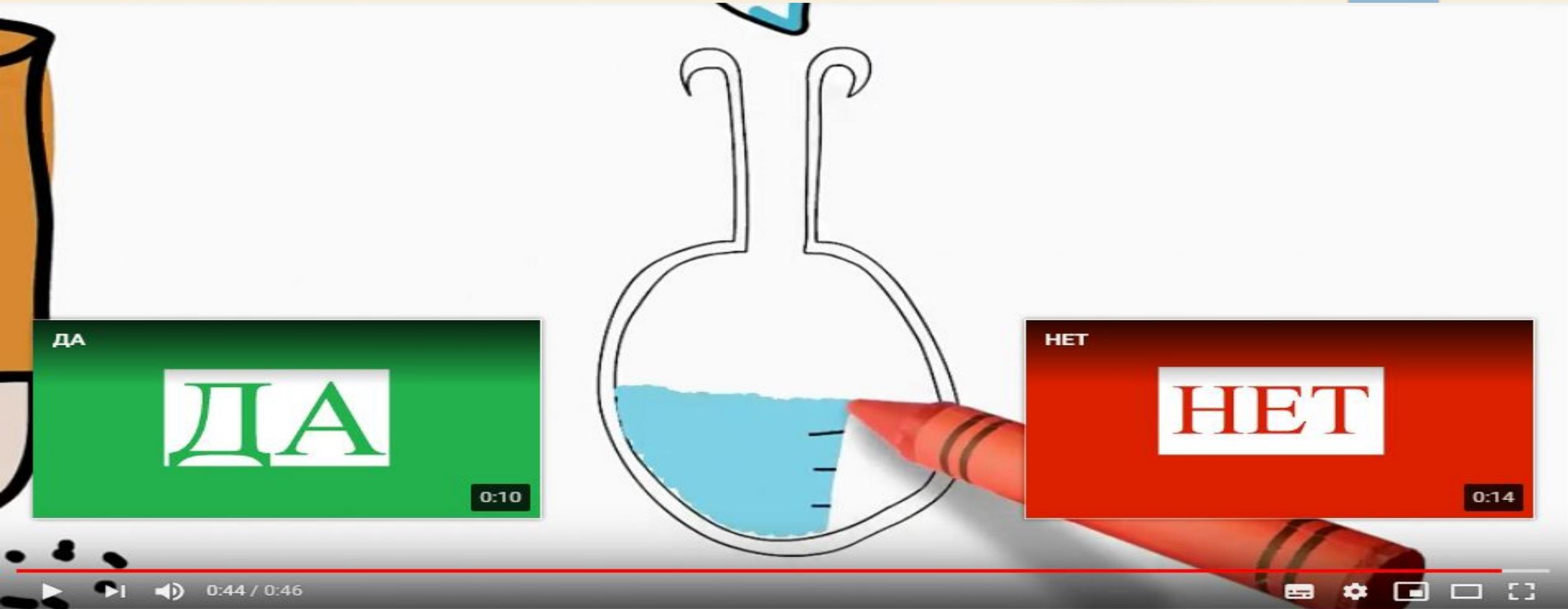
■ Таиланд ■ Италия ■ Тунис ■ Турция ■ ОАЭ

# Youtube канал «БЕЗ ГОЛОВОЛОМОК»

В качестве логотипа для канала была выбрана иллюстрация, которая отражает тематику канала и его специфику.



# Реализация интерактива



Запреты в Таиланде

134 просмотра

10

0

ПОДЕЛИТЬСЯ

СОХРАНИТЬ

...



БЕЗ ГОЛОВОЛОМОК

Опубликовано: 9 июн. 2019 г.

ПОСМОТРЕТЬ АНАЛИТИКУ

ИЗМЕНИТЬ ВИДЕО

# Демонстрация YouTube канала «БЕЗ ГОЛОВОЛОМОК»

Ссылка для демонстрации ролика: [https://www.youtube.com/watch?v=sS\\_lah8IWwU](https://www.youtube.com/watch?v=sS_lah8IWwU)



**БЕЗ ГОЛОВОЛОМОК**

246 подписчиков

НАСТРОИТЬ ВИД КАНАЛА

ТВОРЧЕСКАЯ СТУДИЯ

ГЛАВНАЯ

ВИДЕО

ПЛЕЙЛИСТЫ

КАНАЛЫ

ОБСУЖДЕНИЕ

О КАНАЛЕ



**Запреты в Таиланде**

БЕЗ ГОЛОВОЛОМОК • 133 просмотра • Неделю назад

0:47

# Аналитика YouTube канала «БЕЗГОЛОВОЛОМОК»

## Типы источников трафика

Время просмотра · Последние 28 дней



[ПОДРОБНЕЕ](#)

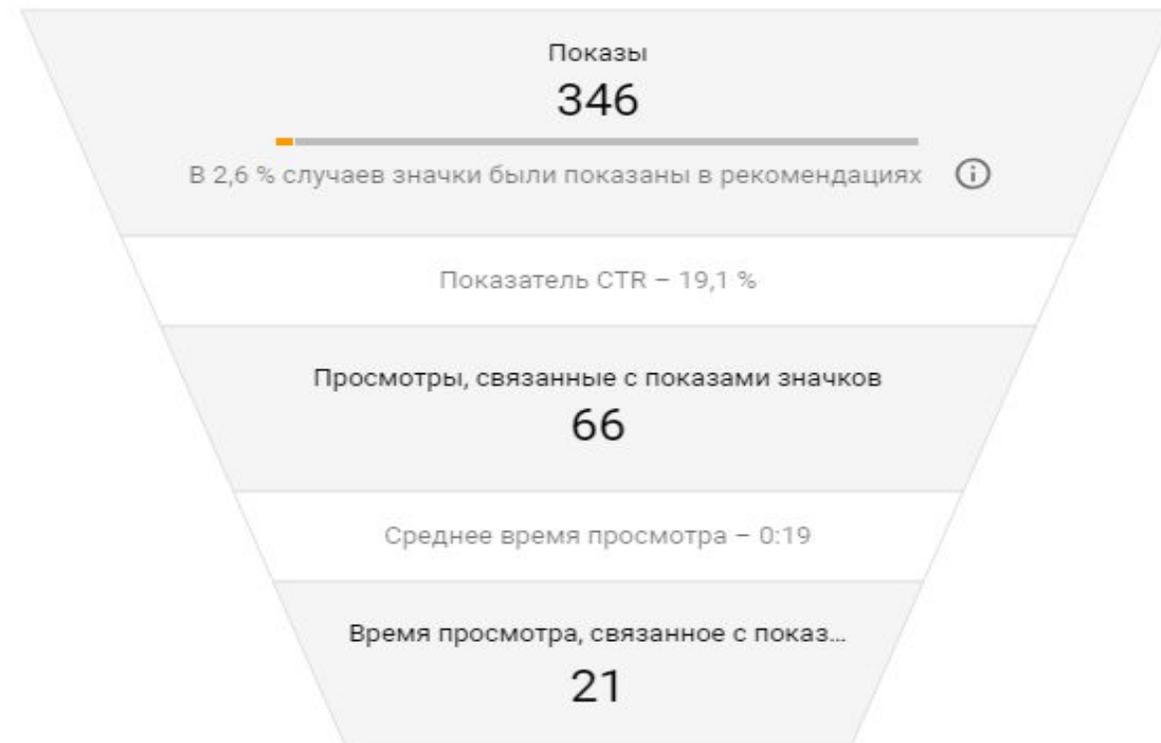
## Источник трафика: внешний

Время просмотра · Последние 28 дней



## Показы значков и время просмотра роликов

Данные за период "22 мая – 18 июн. 2019 г." (28 дн.)



## Источник трафика: поиск на YouTube

Время просмотра · Последние 28 дней

# Монетизация проекта и перспективы

Разработанный анимационный проект имеет возможность подключения рекламных интеграций, а также вхождения в партнерскую программу видео хостинга YouTube. Видеоматериалы, которые были созданы в рамках проекта используются рекламным агентством «Анекс тур» для наполнения контента сети Instagram.

**Спасибо за внимание!**