

Mövzu 7. Ekskursiya xidmətlərinin səmərəli təşkilində bələdçinin şəxsi innovasiya qabiliyyətinin əhəmiyyəti.

Plan.

Bələdçinin innovativ işinin müəssisənin göstəricilərinə təsiri. İnnovativ bələdçinin peşəkarlıq əlamətləri. Bələdçinin səs tipləri, istifadə etdiyi nitq növləri. İnnovativ düşüncəli bələdçilərin hazırlanması məsələləri. Bələdçinin innovativ yanaşma metodları və onların prinsipləri. Bələdçinin sistemli düşüncə qabiliyyətinin formalaşdırılması. Bələdçinin vizual mədəniyyətinin formalaşması. Vizual savadlılıq anlayışı. Savadlılığın növləri. İnnovativ ekskursiya janrları. Ekskursiyalarda şəbəkə ünsiyyəti.

Sürətlə inkişaf edən xidmət sahəsində, o cümlədən turizm-ekskursiya sahəsində xidmətlərin göstərilməsinin yeni, innovasiyalı istiqamətin əhəmiyyəti əsaslı şəkildə artır. Turizmin bütün forma və növlərinin inkişafı, turist-ekskursantların keyfiyyətcə yeni və maraqlı turizm-ekskursiya xidmətlərinə tələbatları da artırır. Turizm xidmətlərinin göstərilməsi zamanı əsas indikator müsbət təəssüratların alınması prioritet hesab edilir. Bu prosesdə ilkin maraq yaradan nümayiş obyektinə olsa da, bələdçinin peşəkarlığı da mühüm amil hesab edilir.

Bələdçinin peşəkarlıq səviyyəsi turizm-ekskursiya müəssisəsinin iqtisadi göstəricilərinə təsir edən mühüm gəlir amillərindən biridir. Ekskursiya fəaliyyəti müxtəlif yerli, özünüidarə və dövlət strukturlarının sosial-iqtisadi fəaliyyətlərində, regionun, ölkənin öyrənilməsində, əhalinin, xüsusilə, gənc nəslin dərk etmə tələbatlarının ödənməsində və s. məsələlərdə əhəmiyyətli rol oynayır.

Turist-ekskursantların əlavə parlaq emosiyalar almalarında, turizm-ekskursiya müəssisələrin əlavə gəlir əldə etmələrində mühüm rol oynayan istedadlı bələdçilərin nailiyyətlərinin əsasında nə durur sualı həmişə bir çox tədqiqatçıların maraq dairəsində olur. Bu sahədə aparılan tədqiqatlar göstərir ki, turist-ekskursantlara effektiv təsir vasitələri aşağıdakılardır:

1. Nitqin məzmunu-7%;

2.Qeyri-verbal ünsiyyət vasitələri-55%;

3.Verbal ünsiyyət vasitələri-38%.

Əvvəlki mövzularda ekskursiyada danışığın strukturu, ekskursiyanın mahiyyəti, məqsədləri, mövzusu barədə danışılıb. Ekskursiyanın mətni texnoloji xəritəyə, turizm-ekskursiya müəssisəsinə aid nəzarət mətninə əsas hazırlanır. Lakin fərdi mətnlər bələdçilər tərəfindən tərtib edildiyinə görə bir-birlərindən fərqlənir və materialın seçilməsi bələdçinin fərdi ustalığı səviyəsindən, şəxsi keyfiyyətlərindən asılı olur. Bəziləri elmi faktlara, bəziləri sitatlara, digərləri isə lirik parçalara üstünlük verir. Obyekt barədə maraqlı fakt və məlumatlar uzun illər boyu toplanır və məntiqi ardıcılıqla sistemləşdirilir. Bəzən elə faktlar tapılır ki, yerli əhali belə həmin faktlar barədə məlumatsız olur və həmin faktların təqdim edilməsi zamanı “bu obyektə illərdir görməyimizə baxmayaraq, bu faktı indi eşitdim” deyərək emosiyalarını ifadə edirlər. Deməli bələdçinin axtarışları bu tip emosional reaksiyaların yaranmasına imkan verir.

Ekskursiya danışığının məzmunu ilə bərabər məqsədli auditoriyaya ciddi təsir edən iki mühüm vasitə də var:

1.Verbal vasitələr (jest, duruş, mimika, üslub, inamlılıq və s.);

2.Qeyri-verbal vasitələr (səs, ahəng, diksiya, temp, intonasiya).

Ekskursiyanın uğurlu olmasında qeyri-verbal vasitələrin rolu 55% qiymətləndirilir. Bu vasitələrin yaxşı mənimsənilməsi və istifadə edilməsi şərtlərində ekskursiya uğurlu olur.

Əvvəlki mövzularda verbal və qeyri-verbal vasitələr geniş keçildiyinə görə onların müəyyən xüsusiyyətləri barədə əlavə məlumat və bilgilərin çatdırılmasını məqsəduyğun hesab edirik.

Bələdçinin auditoriya ilə ilk ünsiyyəti mühüm rol oynayır. Bu zaman ev və məişət qayğıları yaddan çıxarılmalı, diqqət auditoriyaya istiqamətlənməlidir. Bələdçi artistlik qabiliyyətini işə salaraq nümayiş obyektinin nümayəndəsi kimi ondan sitatlar təqdim edir və materialın maraqlı formada çatdırılması üçün emosiyaları artırır. Bu şərt daxilində müsbət enerjinin auditoriya ilə daha əlverişli mübadiləsi təmin edilir, turist-ekskursantların nümayiş obyektinə, bələdçiyə və

özlərinə maraqları əsaslı şəkildə artır. Bələdçidə özünə və auditoriyaya inam artır və daxilən psixoloji rahatlıq vəziyyətinə gəlir və enerji mübadiləsi də baş verir.

Daxili sakitlik və özünə inam bələdçinin mimikasında təbəssüm yaradır və bu onun auditoriya ilə görüşdən məmnun olmasına işarədir. Bu vəziyyətdə turistlər də sərbəst olurlar və ekskursiya xoş təəssüratlarla müşayiət edilir. Bələdçinin geyim üslubunun ekskursiya mühitinə uyğunlaşdırılması da diqqətin yayınmasının qarşısını alır və ekskursiya mühiti ilə harmoniya təşkil edərək, onun effektivliyini artırır. Geyim tərzinin ekskursiya zamanı əhəmiyyətini nəzərə alaraq, bələdçinin geyim seçimi zamanı bu sahədə peşəkar stilistlərlə məsləhətləşməsi məqsədəuyğun olar. Geyim seçiminin düzgün edilməsi xarici görünüşdə qıcıqlandırıcı elementlərdən qaçmağa imkan verir.

Bələdçinin uğur qazanmasında verbal ünsiyyət vasitələrinin rolunun 38% olduğu bildirilir. Bələdçi bilməlidir ki, qeyri verbal ünsiyyət vasitələri (səs, səsin tonu, ahəngi, intonasiya, vurğu) turistlərin psixotiplərindən asılı olaraq müxtəlif səviyyələrdə qəbul edilir.

Bütün insanlar, o cümlədən turistlər şərti olaraq **audiollara, kinestetiklərə və vizuallara** bölünürlər.

Audiollar informasiyanı səsə əsasən alırlar və onlar insan ntqində səsin bütün çalarlarını, alt tonlarını dərk edirlər.

Kinestetiklər informasiyanı hisslər, duyğular əsasında alırlar. Məsələn, dəniz mənzərəsini təsvir edərkən onlara dəniz havasının qoxusunu almaq, dənizin çırpıntılarını duymaq, dalğaların sahilə yan alması zamanı onu eşitmək imkanı yaratmaq daha effektiv olur.

Vizuallar günəşin qürubundan parlaq narıncı rəng əsasında, çiçəkləyən giləs ağacından zərif ləçəklər əsasında və s. zövq alırlar. Vizuallar üçün real görüntü qavrama və xəyalların qurulması üçün əsas mənbədir.

Auditoriyanın keyfiyyətə müəyyən edilməsi və verbal ünsiyyət vasitələrinin əvəzlənməsi bu əlamətləri əzərə alaraq həyata keçirilməlidir.

Ekskursiyaların aparılmasında səsin rolu qeyd edilməlidir. Ümumiyyətlə səs tiplərə bölünür və onun əsas tipləri aşağıdakılardır:

1. Kişi səsi.

Kişi səsinin ahənginin üç növü fərqləndirilir:

-Tenor. Bu ən yüksək ahəngdir, lirik və ya dramatik olur;

-Bariton;

-Bas. Səsin ən aşağı ahəngidir və mərkəzi və ya melodik olur.

2. Qadın səsi.

Qadın səsinin əsas ahəng növləri aşağıdakılardır:

-Soprano. Bu ən yüksək səs ahəngidir və lirik, dramatik və kolaratur olur.

-Metsso-soprano;

-Kontralto isə aşağı ahəngli səsdir.

İntonasiya latın sözüdür və yüksəkdən tələffüz etmək mənasını verir və səsin ahənginə əsasən cümlənin mənasını dəyişməyə, bələdçinin emosiyalarının, hisslərinin, həyəcanının ifadə edilməsinə kömək edir.

İntonasiya nitqin ahəngi (səsin yüksəlməsi və ya alçalması), ritmi (vurğulu və vurğusuz hecaların nisbəti, əlaqəsi), nitqin tempi və ya sürəti (sürətlə və yavaş tələffüzü), intensivliyi (nəfəsəlmənin güclənməsi və ya zəifləməsi), məntiqi vurğusu, ahəngi kimi hadisələrin məcmusuna deyilir.

İntonasiya melodika, vurğu, ritm, pauza, temp və ahəng kimi akustik vahidlərin vəhdətidir. Hər dilin özünəməxsus intonasiyası var və onun düzgün mənimsənilməsi ifadənin məzmununun çatdırılmasının ən mühüm şərtlərindən biridir.

Təriflərdən görüldüyü kimi, intonasiyanın komponentləri səsin ahəngindən, intensivliyindən, pauzalardan, melodikadan ibarətdir.

Səsin ahəngi insanın emosiyalarının ifadə edilməsinə kömək edir. Emosional halla söylənən nitq, biruzə verilən emosiyalardan və həyəcandan asılı olaraq dəyişir.

Nitqin intensivliyi artikulyativ olur və tələffüz zamanı göstərilən səyin səviyyəsindən asılı olur. Nitqin intensivliyi əzələlərin vəziyyətindən və

istiqlamətindən asılı olur. Nitqin yavaşması və güclənməsi onun qavranmasına da təsir edir.

Pauza nitqdə fraza və söz düzümlərinin ayrılmasına kömək edir. Pauza deyilənin vacibliyini bildirmək üçün nitqin səsləndirilməsində dayanma, fasilə etməkdir.

Melodika nitqin əsas tonunun hərəkəti, artması və ya azalmasıdır.

İntonasiyanın rəvayət, nida, sual, təhdid, yumoristik, ələ salmaq, məxfi, alçaldıcı və s. növləri var.

Hal-hazırda eyni turizm müəssisələrinin ekskursiya xidmətlərindən istifadə edən ekskursantlar adətən maraqlı doğuran mövzuda təşkil olunan yox, tanışları bələdçinin apardığı ekskursiyalarda iştirak etməyə üstünlük verirlər. Bu onu göstərir ki, bələdçilərin ustalıq səviyyəsi bir-birindən fərqlənir və turist-ekskursantlar üçün mühüm meyar hesab edilir. Bu da bələdçilərin diferensasiya edilməsi, onların əməyinin qiymətləndirilməsi üçün əlavə əsaslar yaradır. Daha çox turist-ekskursant cəlb edən bələdçilər müəssisə rəhbərliyi tərəfindən əlavə mükafatlandırılır və bu da digər bələdçilərdə öz ustalıq səviyyələrinin artırılması istiqamətində əlavə tədbirlər görməyə stimül yaradır.

Turist-ekskursantlarda formalaşan müsbət təəssüratlar həm turizm müəssisəsinə, həm də bələdçiyə əlavə iqtisadi fayda gətirir. Eyni zamanda bütün uğurlar bələdçiyə aid edilə bilməz. Turizm müəssisəsində fəaliyyət göstərən mütəxəssislər, ekskursiya marşrutunu tərtib edənlər, müxtəlif mənbələrdən diyarşünaslıq informasiyaları toplayan və ekskursiyanın nəzarət mətnini hazırlayan digər bələdçilər də ümumi uğurun əldə edilməsində müəyyən əmək sərf edirlər. Uğur qazanmanın sonrakı mərhələsi bələdçinin ustalığından asılı olaraq ekskursiya materialının hansı səviyyədə təqdim edilməsindən asılı olur. Uğur qazanmanın prinsiplərini tədqiq edən Paretoya görə adətən 20% təşəbbüs 80% nəticə verir, qalan 80% təşəbbüs isə cəmi 20% uğur gətirir.

Turizm sahəsində əmək bazarında turizm işinin təşkili, turizm və sosial-mədəni xidmət, bələdçilik, otelçilik və s. ixtisaslar üzrə bakalavr və magistr təhsili

almış mütəxəssislərlə yanaşı, müxtəlif təlim və kurslarda iştirak edərək sertifikatlar almış, turizmdə təcrübi fəaliyyət göstərək metodiki sahədə müəyyən biliklər qazanmış şəxslər iştirak edirlər. Bu da turizm-ekskursiya işi sahəsində proseslərin yüksək səviyyədə təşkilində müəyyən problemlərin hələ də qalmasını qaçılmaz edir.

Turizm-ekskursiya xidmətlərinin yüksək səviyyədə təşkil edilməsi predmetli-mövzulu yanaşma tələb edir və bu məsələ bələdçinin savadına əsaslanır. Eyni zamanda hər bir bələdçinin konkret predmetlər sahəsinə meyilli olması, xidmət keyfiyyəti problemlərinin yaxın zamanda tam həllinə əsas maneədir. Müasir şəraitdə bələdçilərin konkret istiqamətdə ixtisaslaşması da mümkün görünür. Ona görə məsələnin qoyuluşu qismən ümumiləşdirilməli, bələdçilərin bilik və bacarıqlarının ümumi mədəniyyəti, informasiyaları və müxtəlif fənnləri əhatə etməsi nəzərdə tutulmalıdır, yəni bələdçilər müxtəlif predmet sahələrində biliklərə sahib olmalıdırlar. Ədəbiyyat, arxitektura, bütün incəsənət sahələri, dinşünaslıq, iqtisadiyyat, antropologiya, şəhərsalma, mühit psixologiyası, sosiologiya və s. bu sahələrin bir qismidir.

Qeyd edilən problemlərin həlli və bələdçilərin hərtərəfli məlumatlı olmaları ilə yanaşı onların fəaliyyətlərinin daha faydalı təşkil edilməsi üçün üç istiqamətdə hazırlanmaları məqsədəuyğun hesab edilir:

- 1.Landşaft yanaşması;
- 2.Kulturoloji yanaşma;
- 3.Sivilizasiya yanaşması.

1.Landşaft yanaşması ekskursiya təşkil edilən istənilən ərazinin coğrafi komponentlərinin və tarixi-mədəni elementlərinin qarşılıqlı münasibətlərini sezmək və ekskursiyada qeyd etmək yanaşmasını nəzərdə tutur. Landşaft yanaşması digər yanaşmalar da daxil olmaqla daha geniş və sistemli yanaşmanı nəzərdə tutur. İstənilən ərazidə təşkil olunan ekskursiyalar zamanı baş vermiş və baş verən tarixi proseslərin öyrənilməsi zamanı landşaft yanaşmasının pedaqoji və ekoloji-maarifləndirmə əhəmiyyəti ilə yanaşı, metodoloji rolu da qeyd edilməlidir.

2.Kulturoloji yanaşma ziyarət edilən ərazinin mədəni prizmadan və mövcud mədəni reallıq baxımından təhlil edilməsini nəzərdə tutur. Ərazinin mədəni reallığının elementlərinə ziyarət edilən ərazidə parlaq təzahür edən müəyyən tarixi-mədəni dövrün nəzərdən keçirilməsi, alt mədəniyyət elementlərinin göstərilməsi və s. aid edilir. Kulturoloji yanaşmanı şərtləndirən amil insanın dəyərlər sistemi olan mədəniyyətlə əlaqəsidir. Bu yanaşmanın istifadə edilməsi rəngarəng təsvir prinsipinə gətirib çıxarır. Ona görə də fərdin müxtəlif aspektləri “ierarxik birlik”də başa düşülə bilər. Kulturoloji yanaşma həm də müxtəlif səviyyəli (lokal, regional, milli, beynəlxalq) destinasiyaların ziyarət edilməsi zamanı mədəni mühitin öyrənilməsini nəzərdə tutur.

3.Sivilizasiya yanaşması ekskursiya obyektlərinin, mədəni irs nümunələrinin nümayişi ilə yanaşı, istehsal texnikalarının və onların tarixi mənşəyi, istifadə istiqamətləri, texniki parametrləri və xüsusiyyətləri barədə də informasiya verilməsini nəzərdə tutur ki, bu da turistlərin yaddaşının formalaşmasına sistemli xarakter verir.

Bələdçinin mühüm vəzifələrindən biri tarixdən silinmiş və ya mövcud olan sivilizasiyaların xüsusiyyətlərini turist-ekskursantlara sivilizasiya yanaşması metodu ilə öyrətməkdir. Sivilizasiya yanaşması ekskursiya obyektini kimi dünya əhəmiyyətli şəhərlər, yaşayış məskənləri, tarixi-mədəni obyektlər, sənaye mərkəzləri və s. qarşısında geniş perspektivlər açır.

Sivilizasiya yanaşmasının uğurla tətbiq edilməsi üçün bələdçilərin və turizm ixtisaslaşmalarında təhsil alan tələbələrin dünya sivilizasiyaları tarixi sahəsində geniş və ətraflı bilikləri olmalıdır.

Ekskursiya fəaliyyətində istifadə edilən yanaşmalar vahid yanaşma yaradır və aşağıdakı istiqamətləri birləşdirir:

- 1.Fənlərarası;
- 2.Metapredmetli;
- 3.Resurs yönümlü;
- 4.Müştəri yönümlü.

Fənlərarası yanaşma nəzəri və təcrübi fəaliyyətlərin, tətbiqi və fundamental biliklərin birləşdirilməsini nəzərdə tutur. Elmin klassik təsnifləşdirmə əsasında təbitə, humanitar, texniki elmlərə bölünməsi müasir vəziyyəti adekvat əks etdirmir. Bildiyimiz kimi müasir elmi inkişaf səviyyəsi müxtəlif elmlər arasındakı sərhədləri silib atır və məsələlərin həlli elmi istiqamətlər üzrə yox, problemlər üzrə ixtisaslaşır. Bu bir tərəfdən məsələnin daha dərinə tədqiq edilməsinə, digər tərəfdən tədqiqatın əhatə dairəsinin genişləndirilməsinə imkan verir. Bu tezis bələdçilərin hazırlanmasında fənlərarası yanaşmanın tətbiqini və bu zaman metapredmet əlaqələrin yaradılmasını aktuallaşdırır.

Təhsil sistemində metapredmet yanaşması və müvafiq metapredmet texnologiyaları, müxtəlif tədris fənnləri və elmi biliklər sistemi arasında olan parçalanmaları, ayrılıqları və qopmaları aradan qaldırmaq məqsədi daşıyır. Metapredmet düşüncə tərzini məhdud informasiya ilə kifayətlənmir və digər informasiya və bilik mənbələrinin informasiyalarını da mənimsəməyi nəzərdə tutur. Ekskursiya mətnlərinin hazırlanması zamanı da metapredmet yanaşmadan istifadə edilməsi mətni zənginləşdirir.

3. Resurs yönümlü və ya resurs mərkəzli yanaşma, diqqətin ekskursiya obyektinin real əlamətlərinə və xassələrinə yönəltməyi nəzərdə tutur. Bu zaman obyekt barədə digər informasiyaların, o cümlədən hər bir turistin malik olduğu informasiyaların diqqətə alınması nəzərdə tutulmur.

Bələdçilərə müasir tələbatlardan biri də müştəriyə yönümlü fəaliyyətdir. Bu keyfiyyət zəyarət edilən ərazi barədə dolğun və ətraflı biliklərə malik olmaq, turist üçün az maraqlı olan obyektin daha maraqlı resursla əvəz edilməsi sayəsində formalaşdırıla bilər.

4. Müştəri yönümlü yanaşma dedikdə ekskursiya proqramının hazırlanması və turizm-ekskursiya xidmətlərinin göstərilməsi zamanı əsas istehlakçının, yəni, turist-ekskursantın diqqət mərkəzində saxlanması başa düşülür. Müştəri yönümlü yanaşmanın prinsiplərinə müştərilərin tələbatlarının və problemlərinin dərinə öyrənilməsi, onların tələbatlarına uyğun yüksək keyfiyyətli xidmətlərin göstərilməsi və bu məsələlərlə bağlı tədbirlərin reallaşdırılması aiddir.

Qeyd edilən yanaşmaların mürəkkəbliyini nəzərə alaraq, onların səmərəli tətbiqi üçün sistemli düşünməyin vacibliyi diqqətə alınmalıdır.

Bələdçilərin hazırlanması ilə məşğul olan tədris müəssisələri və digər strukturların qarşısında duran əsas məsələlərdən biri bələdçilərdə sistemli düşüncə tərzinin formalaşdırılması, işin təşkilinə sistemli baxışın öyrədilməsidir. Sistemli düşüncə təzi hər kəsdə olmur və uzunmüddətli tədris prosesi nəticəsində bu keyfiyyətin formalaşdırılması mümkün olur. Sistemli düşüncə təzi anlayışı və onun strukturuna daxil olan və onu xarakterizə edən elementlər, biliklərin alınması prosesində özünəməxsus qarşılıqlı əlaqədə olan komponentlərdən, altsistemlərdən, münasibətlərdən, asılılıq dərəcəsindən, dayanıqlılığından, dəyişmə dinamikasından ibarətdir.

Bələdçilik sahəsində peşəkar savadlılıq dedikdə aşağıdakı anlayışlar nəzərə tutulur:

-coğrafi savadlılıq. Bu, ilk növbədə şəhərşünusluq sahəsində savadlılıq kimi başa düşülür;

-mənbəşünaslıq sahəsində savadlılıq;

-bibliografiksavadlılıq;

-vizual savadlılıq.

XXI əsr ekran, görüntü, mədəniyyət dünyası kimi xarakterizə edilir və müvafiq səriştələr, o cümlədən vizual oxuma-qavrama savadı tələb edir.

Ekskursiyanın kulturoloji modeli görüntü, verbal və hərəkət komponentlərinin vəhdəti olsa da daha vacib komponent həmişə görüntü olmuşdur və bu gün də prioritet təşkil edir. Obrazlı ifadə etsək, “gözlər həm də eşidir”. Bu amil bələdçinin görüntü mədəniyyətini daha çox inkişaf etdirməsini tələb edir. Əlavə olaraq vizual ritorika sahəsində biliklərin alınması bu sahədə uğur qazanılmasına kömək edər.

Qeyd etmək lazımdır ki, görüntü mədəniyyəti mühüm mədəniyyət forması olmaqdadır. Əgər yaxın zamanlara kimi vizual obrazlar incəsənət sahəsi nümayəndələrinin elmi və təcrübi maraq predmeti, ilk növbədə möhtəşəm sənət növü idisə, hal-hazırda görüntü mədəniyyəti tədqiqatçıların (kulturoloqların,

sosioloqların, antropoloqların, psixoloqların, İKT mütəxəssislərinin) yeni araşdırma sahəsinə çevrilmişdir.

Görüntü mədəniyyəti müasir insan həyatının gündəlik mühitinə çevrilib. Bunun səbəbləri və xüsusiyyətləri isə aşağıdakılardır:

- qloballaşma;
- ekranlaşma;
- vizual məhsulların istehsal və istehlak sürətinin artması;
- gündəlik həyatın bütün sahələrində vizual medianın dominantlıq təşkil etməsi;
- tənqidi düşüncənin və analitik nitqli-düşüncəli fəaliyyətin zəifləməsi

Bütün hallarda ekskursiyanın inkişafını dəstəkləyən amillər aşağıdakılardır:

- insanların vizual obrazlara, onların istehlakına, bütövlükdə vizual mühitə marağının artması;
- qloballaşma və onunla əlaqədar virtual həyatla yanaşı qloballaşan dünyanın turizm səyahəti yolu ilə dərk edilməsinə çalışmaq.

Bələdçinin müasir nəsle-vizual mədəniyyət nümayəndələrinə verbal vasitələrdən istifadə etməklə göstərdiyi ekskursiya xidmətləri maraqlı görünməyə bilər. Belə ki, bir çox istehlakçılar üçün vizual obraz əsas kommunikasiya vahidi kimi qaneedicidir və “mətnli mədəniyyət”ə əsas rəqib kimi dəyərləndirilir. Ona görə də bu tip istehlakçılar üçün ekskursiyanın verbal müşayiəti tələb olunmur.

Eyni zamanda bir əmmanı da qeyd etmək zəruridir: alimlər təsdiq edirlər ki, nitqli düşüncə funksiyası olmadan insan beyni inkişaf edə bilməz. Ekskursiyalarda xüsusi vacib vizual obrazların verbal müşahidə edilməsi yolu ilə nitqli düşüncə funksiyası yerinə yetirilir. Müasir vizual mədəniyyət və onun texniki vasitələrdən istifadə etməklə təqdim edilməsi (vizual obrazların turistlərin planşetlərində, film formasında, multimediyə texnologiyaları kimi və s. yüksək keyfiyyətlə təqdim edilməsi) ekskursiyanın aparılmasının metodiki üsullarını təkmilləşdirir və zənginləşdirir.

Vizual savad barədə təsəvvürlər ekskursiya sahəsində fəaliyyətin öyrənilməsinə keyfiyyətə yeni elmi səviyyəyə çıxarır. Burada ekskursiya işində

“ekskursiya obyektinin verbal nümayişi” ifadəsinin daha dərindən anlaşılması tələb olunur. “Ekskursiyada verbal nümayiş” kimi möhtəşəm anlayış, baza metodu olaraq ekskursiyanı yeni bələdçilərə öyrədilməsi çətin olan digər mətn növlərindən və texnologiyalarından fərqləndirir. Bunun davamı olaraq, ekskursiyada verbal nümayiş anlayışı bələdçinin təhlil etmək və görüntü reallığını sintez etmək qabiliyyətini nəzərdə tutan “təsvirlər termini” kimi elmi dəstək qazandı.

Müasir bələdçi üçün vacib olan savadlılığın müxtəlif formalarını sadalayarkən, mətbuat savadını nəzərdə tutan elmi və texnoloji savadlılıq keyfiyyətini xüsusi qeyd etmək lazımdır. Mətbuat savadı dedikdə, bələdçinin təhlil etmək qabiliyyəti ilə yanaşı, müxtəlif janr və formalarda xəbr yaratma vərdiş və bacarıqları nəzərdə tutulur.

Innovativ ekskursiyaşünaslıqda və müasir mətbuat vasitələrində üç qrup ekskursiya janrından istifadə edilir:

- 1.İnformasiya;
- 2.Analitik;
- 3.Bədii-publisistik.

İnformasiya janrı xəbərin operativliyini nəzərdə tutur.

Analitik janr tarixi və digər hadisələrin və təzahürlərin inkişafının məntiqi mərhələlərini nəzərdə tutur.

Bədii-publisistik janr obrazlılığı, kompozisiyaların parlaqlığı, emosiyaları ilə xarakterizə edilir. Bu janrdan istifadə zamanı detallar, xarakterin ifadə xüsusiyyətləri, süjetli məişət təsvirləri reallığı əks etdirən ekskursiya vahidləri kii çıxış edirlər.

Bələdçi bədii-publisistik janrda obrazlı düşüncədən və obrazlı-ekspressiv leksik üslubdan istifadə edir. Publisistik janrlı ekskursiyada insanın dünyagörüşü, ətraf reallığı dərk etməsi, dəyərlər sistemi, nə etmək istəyi analiz obyektı olur. Nəzərə almaq lazımdır ki, ekskursiyanın gedişində vəziyyətdən asılı olaraq bələdçi müxtəlif metodlardan istifadə etmək məcburiyyətində qalır. Ona görə də seçilmiş bir janrın strukturunda digər janrların elementləri də peyda olur.

Ekskursiyaların gedişi zamanı əhəmiyyətli detallardan biri də ünsiyyətin yaranması hesab edilir. Yeni kommunikasiya formalarından biri kimi şəbəkə ünsiyyətini qeyd etmək olar. Turist-ekskursantların ekskursiya ziyarətlərindən sonra sosial şəbəkələrdə yerləşdirdikləri mətn və təsvirləri təhlil etmədən onların əsl tələbatlarını və istəklərini bilmək olmur.

Qlobal şəbəkələrdə işləmək, müxtəlif informasiya mənbələri arasında qeyri-xətti əlaqələrin yaradılması, məlumatların inkişaf etdirilməsi, dərk edilən nəticələrin müstəqil şəkildə şərh edilməsi bacarıqlarının olmasını tələb edir. Mental və ya intellekt kartlar ekskursiya obyektinə həsr edilmiş mətnin məntiqi quruluşundakı qeyri-xətti əlaqələri əyani nümayiş etdirirlər. Ekskursiya qruplarına diferensial yanaşma və ekskursiya mühitinin sosial-mədəni reallıqlarına çoxmətnli yanaşma da mental və ya intellekt kartlardan istifadə edilməsini şərtləndirir.