

Квесты по районам Москвы как инструмент создания достопримечательностей и брендинга территорий

Московское агентство по развитию территорий средствами культуры, г. Москва

Контактное лицо: Митин Иван Игоревич

gumgeo@gmail.com

Нехватка ресурсов, малая известность и недостаточная вовлечённость достопримечательностей вне центральной части города в культурно-туристский оборот – одна из проблем развития культуры в г. Москве. В связи с этим децентрализация и привлечение внимания жителей города и туристов к территориям за пределами Третьего транспортного кольца стали одним из направлений культурной политики в городе.

Московским агентством по развитию территорий средствами культуры («МосАРТ») при поддержке Департамента культуры г. Москвы в 2015 г. разработана серия квестов по всем административным округам столицы, за исключением Центрального, призванных привлечь внимание москвичей и гостей города к удалённым территориям и вовлечь таковые в культурно-туристский оборот. Квест – разновидность интеллектуально-подвижных игр, связанная с городским ориентированием, в рамках которой участники проходят заданный маршрут, отвечая на вопросы.

Всего было разработано и внедрено для бесплатного использования на смартфонах и других мобильных устройствах 12 квестов, в том числе 3 тематических (литературный, военно-исторический и детективный) по Троицкому и Новомосковскому округам. В каждом из девяти оставшихся округов было разработано по одному маршруту.

К началу ноября 2015 г. общее количество команд, прошедших хотя бы один из квестов, составило более 2 000, что предполагает охват около 8 000 человек. Наибольшей популярностью пользовались квесты по Западному («Такие разные Воробьёвы горы»), Восточному («Коттеджи, бараки и завод на Яузе») и Северному («Вот окружён своей дубравой Петровский замок...») округам.

Описанная работа по созданию квестов, на наш взгляд, – это инструмент конструирования новых достопримечательных мест. В теоретическом отношении этот подход опирается на разработки англо-американской «новой культурной» и гуманистической географии, предполагающей, что пространство трансформируется в обособленные места, как только наделяется человеком социальным значением. Инструменты подобного конструирования достопримечательных мест разрабатываются с учётом концепций теоретической географии и современных мифологий, составляющих модель места как палимпсеста.

Прикладное значение обозначенных концепций – возможность использования методов и приёмов конструирования мест для целей регионального развития, особенно в сфере культуры и туризма. Использование квестов позволяет привлечь внимание людей и сконструировать достопримечательности даже там, где традиционное экскурсионное обслуживание затруднено (плохо сохранившиеся объекты, места с ограниченным доступом и т.п.). Соответственно, разработка квестов эффективна даже в районах, которым не хватает привлекательных культурно-туристских брендов. Квесты становятся, таким образом, одним из инструментов брендинга территорий, особенно применимым для окраинных районов Москвы.